دراسات إعلامية حول

دور القنوات الفضائية ومصداقيتها

واستخدامات الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي

(الفيس بوك- توتير – اليوتيوب)



د.عبد الله الوزان

المكتب العربي للمعارف

دراسات إعلامية حول دور القنوات الفضائية ومصداقيتها، واستخدامات الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي

(الفيس بوك– توتير – اليوتيوب)

إعداد

الدكتور / عبد الله الوزان

الناشر

المكتب العربي للمعارف

اسم الكتاب : دراسات إعلامية حول دور القنوات الفضائية
اسم المؤلف : دكتور/ عبد الله الوزارن
رسوم الغلاف : شريف الغالي

الناشر
المكتب العربي للمعارف
٢٦ شارع حسين خضر من شارع عبد العزيز فهمي
ميدان هليوبوليس - مصر الجديدة - القاهرة
تليفون /فاكس: ٢٦٤٢٣١١٠ – ٠١٢٨٣٣٢٢٢٧٣
بريد إلكتروني : Malghaly@yahoo.com

الطبعة الأولى ٢٠١٧

رقـم الإيداع : ٢٠١٧/٢٥٢٠
الترقيم الدولي : I.S.B.N.978-977-812-115-5

مقدمة

تتميز الدراسات الإعلامية التي نحن بصددها بالحداثة والتجديد فقد نفذت وطبقت في عام ٢٠١٥ م في دولتين عربيتين الأولى دولة ليبيا بجامعة مصراته، والثانية المملكة العربية السعودية بجامعة الحدود الشمالية، وكلها دراسات ميدانية طبقت على الشباب الجامعي، حيث تتفاوت الأعمار في المرحلة الجامعية كل على حسب العينة المختارة، هذه الدراسات مقدمة للباحثين والباحثات في الدراسات العليا والماجستير والدكتوراه في جميع أرجاء بلادنا العربية، لكي يستفيدوا وينهلوا منها ما يتوافق مع دراساتهم من الناحية النظرية أو من الناحية التطبيقية، وقد اعتمدت هذه الدراسات على منهج المسح بالعينة والذي يستخدم لدراسة أفراد الجمهور والتعرف على آرائهم والتأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل التواصل الاجتماعي وكذلك القنوات الفضائية الإخبارية العربية، وقد تم تصميم استمارة استبيان لكل دراسة بناءً على أهداف البحث وتساؤلاته وفي ضوء خصائص العينة البشرية.

يحتوى هذا الكتاب على ثلاث دراسات إعلامية حديثة :

الدراسة الأولى بعنوان :

دور القنوات الإخبارية العربية في تزويد الشباب الجامعي بالمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية.

الدراسة الثانية بعنوان :

مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي السعودي.

الدراسة الثالثة بعنوان :

استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (تويتر) والإشاعات المتحققة في زيادة الوعي البيئي.

بالإضافة إلى ملخص بالعربية والإنجليزية لكل دراسة حتى يتسنى للباحثين الاختيار ومن ثم التعرف على الدراسات التي يعملون عليها ويبحثونها اختصارا للوقت والجهد.

أتمنى للجميع الاستفادة من هذا الدراسات ولا تنسونا من دعائكم .

الدكتور / عبد الله الوزان

()()() ()()()

الدراسة الأولى بعنوان:
دور القنوات الإخبارية العربية في تزويد الشباب الجامعي بالمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية .

دكتور / عبد الله الوزان
جامعة الحدود الشمالية – المملكة العربية السعودية

ملخص البحث

مشكلة البحث :

تأكد الباحث بحكم كم المعلومات التي وصلت إليه من الشباب الجامعي والثوار من خارج الجامعة أن معظم أهالي ليبيا خاصة الشباب الجامعي بمدينة مصراته كانوا مقبلين على متابعة القنوات الإخبارية العربية أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية، ليصلوا من خلالها على المعلومات اليومية الخاصة بتداعيات الأحداث، ومن هذا المنطلق تسعى هذه الدراسة لمعرفة مدى اعتماد الشباب الجامعي الليبي على هذه القنوات خلال الثورة الليبية، وذلك لمعرفة الدور الذي قامت به هذه القنوات في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات المتعلقة بالثورة. لذلك بات من الضروري دراسة هذا الموضوع من جانب القنوات الإخبارية العربية، وعليه تتحدد المشكلة البحثية في التساؤل الرئيسي التالي:

ما دور القنوات الإخبارية العربيـــة فـــي تزويـــد الشـــباب الجـــامعي بالمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية؟

أهمية البحث :

١- الدور الذي يمكن أن تقوم به القنوات الإخبارية العربية في تزويد الشباب الجامعي بالمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية.

٢- أهمية المرحلة العمرية التي يتناولها البحث وهى المرحلة الجامعية عمر (١٨- ٢١) عاما من الفرقة الأولى حتى الفرقة الرابعة وهى تمثل مرحلة المراهقة المتأخرة.

هدف البحث :

يهدف البحث بشكل رئيسي إلى التعرف على الدور الذي تقوم به القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية في تزويد الشباب الجامعي الليبي بالمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية.

حدود البحث : تتمثل حدود البحث في :

- **الحدود الزمنية:** تمثلت في الفترة الزمنية لتطبيق البحث الميداني وهى شهر مارس عام ٢٠١٣م.
- **الحدود المكانية:** تم تطبيق استمارة الاستبيان على الشباب الجامعي بجامعة مصراته بمدينة مصراته بدولة
- **الحدود الموضوعية:**تتمثل في موضوع البحث وهو :دور القنوات الإخبارية العربية في تزويد الشباب الجامعي بالمعلومات أثناء الثورة الليبية .

المنهج:

تعتمد الدراسة على منهج المسح بالعينة والذي يستخدم لدراسة أفراد الجمهور والتعرف على آرائهم والتأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام خاصة القنوات الإخبارية العربية عليهم .

أدوات جمع البيانات:

اعتمد الباحث على استمارة استبيان لجمع البيانات من عينة الدراسة البالغ عددهم ٢٠٠ مبحوث من الشباب الجامعي في جامعة مصراته من كليتي الآداب والعلوم من الفرقة الأولى حتى الفرقة الرابعة.

استمارة استبيان:

تم تصميم استمارة استبيان بناءً على أهداف البحث وتساؤلاته وفي ضوء خصائص العينة البشرية

مجتمع البحث والعينة:

يتمثل مجتمع البحث في الشباب الجامعي لجامعة مصراته بمدينة مصراته التابعة لدولة ليبيا، ، وتم سحب عينة عشوائية بسيطة من (٢٠٠) مبحوث (ذكور – إناث)، وقد روعي فيها ما يلي :

١- أن تكون ممثلة للذكور والإناث.
٢- أن تكون ممثلةللكليات النظرية والعملية لإظهار الفروق بينهما.
٣- أن تمثل العينة مراحل الفرق الأربع الجامعية المختلفة لإظهار الفروق المختلفة في الفرق الدراسية.

المفاهيم الأساسية للبحث:

– **الدور:** هو مجموع توقعات الأفعال التي تقوم بها القنوات الإخبارية

العربية في تزويد الشباب الجامعي بالمعلومات أثنـــاء ثـــورة ١٧ فبراير الليبية.

- **القنوات الإخبارية العربية:** هي قنوات إخبارية ناطقة باللغة العربية تقدم خدمة إخبارية للمشاهدين تعرض فيها معظم الأحداث الجارية على الساحة المحلية والدولية .
- **الشباب الجامعي** : يقصد بهم في هذا البحث(المعنى الإجرائي) من هم في مرحلة المراهقة المتأخرة من (١٨ : ٢١ سنة) وتمثل عينة الشباب الجامعي في هذا البحث الفرقة الأولى حتى الفرقة الرابعة من المرحلة الجامعية لجامعة مصراته بليبيا .
- **ثورة ١٧ فبراير الليبية:** هي مجموعة من الأحداث السياسية والعسكرية استخدم فيها القوة المسلحة لتغيير نظام معمر القذافي الذي حكم دولة ليبيا أكثر من أربعين عاما، وقد نجحت الثورة الليبية في إزالة هذا النظام ومقتل القذافي العقل المفكر له.

أهم نتائج الدراسة :

١- توجد علاقة طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على القنوات الإخبارية العربية ومعلوماتهم حول ثورة ١٧ فبراير الليبية, حيث كانت قيم(ر> ٠,٦) دالة عند مستوى دلالة ٠,٠١.

٢- توجد علاقة طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب الجامعي للقنوات الإخبارية العربية وبين زيادة معلوماتهم حول ثورة ١٧ فبراير الليبية, حيث كانت قيم(٠,٣<ر< ٠,٦) دالة عند مستوى دلالة ٠,٠١.

٣- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طلاب الكليات العملية وطلاب الكليات النظرية في كثافة التعرض للقنوات الإخبارية العربية لصالح طلاب الكليات النظرية.

٤- يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف الفرق الدراسية في كثافة التعرض للقنوات الإخبارية العربية, حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠,٠٠١.

ملخص البحث بالإنجليزية:

Summary research entitled: The role of Arab news channels to provide university students with information during the Libyan revolution February 17.

The research problem

The researcher has made sure by virtue of the amount of information that reached him by university students and the rebels from outside the university that most of the people of Libya, Specially university students in Misurata, have been following-up the Arab news channels during the February 17 revolution in Libya, to get the daily information on the repercussions of the events. Consequently, this study seeks to determine the extent of Libya's university students rely on these channels during the Libyan revolution, so as to find out the role played by these channels in the supply of university students with information on the revolution. So it is necessary to study this subject by the Arab news channels. The research problem, therefore, is determined in the following main question:

What is the role of Arab news channels to provide university students with the information during the Libyan revolution, February 17?

Research importance:

1. The role that could be played by the Arab news channels to provide university students with information during the Libyan revolution February 17.
2. The importance of the age group covered by this research, Undergraduate age (18-21) years of the first year up to the fourth year which represent the late adolescence.

Objectives:

The research mainly aims at identifying the role played by the news channels in Arabic to provide the Libyan university students with the information during the Libyan revolution, February 17.

Research boundaries:

The boundaries of the research are:

- Time boundaries: it was the time period for the application of the field research in March 2013.
- Spatial boundaries: The questionnaire was applied to university students at the University of the State of Misurata
- Objectivity border: it is represented in the subject of research: the role of the Arabic news channels to provide university students with the information during the Libyan revolution.

The study is based on a sample survey approach, which is used to study the members of the public and get to know their opinions and the effects of the media and

Arab news channels on their psychological and social life.

Data collection

Two hundred questionnaires have been distributed to Misurata university students to collect the data. The students were from two colleges: Arts and sciences ranging from the first to the fourth year.

The questionnaire:

It was based on the research objectives and its questions in the light of the characteristics of the human sample.

The research community and the sample:

The research community is represented in the university students of the city of Misurata, University of the State of Libya, Misurata. It was a simple random sample of (200) (males - females). The following have been taken into account:

1. To represent males and females.
2. To represent theoretical and practical colleges to show the differences between them.
3. The sample represents the four years at university to show the differences in these years.

The basic concepts of this research:

- Role: is the sum of act expectations by the Arab news channels to provide university students with information during the Libyan revolution, February 17.
- Arab news channels: they are Arabic-language news channels, offering viewers the most current local and international events.

B.

- University students: the sample i.e. (the procedural meaning) is students in the last stage of adolescence (18:21 years) and represents a sample of university students in the first year of this research until the fourth year of Undergraduate of the University of Misurata, Libya.
- February 17 Libyan revolution: is a set of political and military events where the armed force used to change the system of Moamer Kadhafi, who ruled Libya state more than forty years. The Libyan revolution has succeeded in the removal of this regime and the death of Gaddafi, its mind thinker.

The most important findings of the study:

1. There is a strong positive correlation, statistically significant, between the degree of university youth's dependence on Arab news channels and their knowledge about the Libyan revolution, February 17, where the values ($t> 0.6$) function at a level of significance 0.01.
2. There is a medium positive correlation statistically significant between university youth exposure to Arab news channels and the increase of their information about the Libyan revolution on February 17, where the values ($0.3 <t <0.6$) function at a level of significance 0.01.
3. There were statistically significant differences between students of science and theoretical colleges' students in the intensity of exposure to Arab news channels for the benefit of students of theoretical colleges.

4. Significant statistical differences between the scores of the sample depending on the students' year in the intensity of exposure to Arab news channels, where the value of (P) function at a level of 0.001

()()() ()()()

الدراسة الأولى بعنوان :

دور القنوات الإخبارية العربية في تزويد الشباب الجامعي بالمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية.

دكتور / عبد الله الوزان

جامعة الحدود الشمالية – المملكة العربية السعودية

مقدمة البحث:

أحدثت القنوات الإخبارية العربية والناطقة باللغة العربية ثورة في عالم الإعلام العربي بما قدمته وما تقدمه من مواد إخبارية ونشرات إخبارية مفصلة على مدار الساعة وبرامج إخبارية سياسية واقتصادية ورياضية خاصة مع قيام ثورات الربيع العربي في تونس ومصر وليبيا، فقد قامت معظم هذه القنوات بجهد خارق للعادة في نقل وقائع هذه الثورات على الهواء مباشرة أولا بأول، بل وساعدت على تأجيج هذه الثورات في معظم بلدان الربيع العربي، وقد كنت شاهد عيان على مشاهدة تفصيلات الثورة المصرية من بدايتها لنهايتها على معظم القنوات الإخبارية العربية على مدار ٢٤ ساعة.

وقد نجحت القنوات الإخبارية العربية في استقطاب الملايين من البشر خاصة من أرجاء وطننا العربي من خلال دخولهما المنافسة في مجال التغطية الواسعة والمتعمقة للأحداث والأخبار على المستويين العربي والدولي.

وقد ظهرت هذه التغطية للقنوات الإخبارية العربية بوضوح في ثورات تونس ومصر وليبيا خاصة ثورة ليبيا التي استمرت شهورا عديدة من بداية

الثورة في 17 فبراير ٢٠١١ وحتى مقتل القذافي في شهر أكتوبر من نفس العام، حيث تابع الملايين على شاشات القنوات الإخبارية سقوط نظام القذافي بعد مكوثه أكثر من أربعين عاما في حكم دولة ليبيا .

فوسائل الإعلام عموما خاصة الفضائيات الإخبارية تلعب دورا مؤثرا في تزويد الشباب الجامعي الكثير من المعلومات السياسية إبان الثورات والأزمات والحروب، فالشباب الجامعي في مرحلة المراهقة المتأخرة (١٨-٢١) سنة في طور النضج يستطيعون من خلال إعمال فكرهم انتقاء المعلومات التي يتزودون بها حتى يكونوا صالحين في مجتمعاتهم وبالتالي تنهض هذه المجتمعات بهم في جميع مجالات الحياة، وعلى مختلف الأصعدة على الساحة المحلية والدولية على السواء، خاصة على الساحة الليبية التي مازالت تعانى من الانقسامات والتفرقة بين أبناء البلد الواحدة.

أولاً : مشكلة البحث:

استمع الباحث بحكم تواجده وتعاقده سابقا مع جامعه مصراته بليبيا على مدار عامين إلى حكايات ثورة ١٧ فبراير الليبية من بدايتها حتى نهايتها من الثوار الذين كانوا في الميدان ضد القذافي وأتباعه خاصة، وأن معظم ثوار ليبيا خاصة مدينة مصراته من الشباب الجامعي لجامعة مصراته، وقد تأكد الباحث بحكم كم المعلومات التي وصلت إليه من الشباب الجامعي والثوار من خارج الجامعة أن معظم أهالي ليبيا خاصة الشباب الجامعي بمدينة مصراته كانوا مقبلين على متابعة القنوات الإخبارية العربية أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية، ليصلوا من خلالها على المعلومات اليومية الخاصة بتداعيات الأحداث، ومن هذا المنطلق تسعى هذه الدراسة لمعرفة مدى اعتماد الشباب الجامعي الليبي على هذه القنوات خلال الثورة الليبية، وذلك لمعرفة

الدور الذي قامت به هذه القنوات في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات المتعلقة بالثورة .

لذا كان لزاما على الباحث إلقاء الضوء على هذا الحدث لما كان لثورة ١٧ فبراير من دور كبير في إنقاذ الدولة الليبية من نظام جلس على كرسي الحكم أكثر من أربعين عاما، وكذلك لأهمية القنوات الإخبارية العربية في انتشار المعرفة والمعلومات المختلفة على الصعيد الداخلي والخارجي هذا فضلا عن أهمية الفئة المستهدفة وهم الشباب الجامعي.

لذلك بات من الضروري دراسة هذا الموضوع من جانب القنوات الإخبارية العربية، وعليه تتحدد المشكلة البحثية في التساؤل الرئيسي التالي :

ما دور القنوات الإخبارية العربية في تزويد الشباب الجامعي بالمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية؟

ثانيًا : أهمية الدراسة : تتمثل أهمية البحث في:

١- الدور الذي يمكن أن تقوم به القنوات الإخبارية العربية في تزويد الشباب الجامعي بالمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية.

٢- أهمية المرحلة العمرية التي يتناولها البحث وهى المرحلة الجامعية عمر (١٨– ٢١) عاما من الفرقة الأولى حتى الفرقة الرابعة وهى تمثل مرحلة المراهقة المتأخرة.

٣- قلة الدراسات العربية التي ناقشت دور القنوات الإخبارية العربية في تزويد الشباب الجامعي بالمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية.

٤- من خلال نتائج هذا البحث يمكن الوقوف على نقاط الضعف والقوة في هذه القنوات الإخبارية .

ثالثًا : هدف الدراسة:

يهدف البحث بشكل رئيسي إلى التعرف على الدور الـذي تقـوم بـه القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية في تزويـد الشـباب الجـامعي الليبـي بالمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية.

رابعًا : حدود البحث : تتمثل حدود البحث في :

- **الحدود الزمنية:** تمثلت في الفترة الزمنية لتطبيق البحث الميداني وهى شهر مارس عام ٢٠١٣م.
- **الحدود المكانية:** تم تطبيق استمارة الاستبيان على الشباب الجامعي بجامعة مصراته بمدينة مصراته بدولة
- **الحدود الموضوعية:**تتمثل في موضوع البحث وهو :دور القنوات الإخبارية العربية في تزويد الشباب الجامعي بالمعلومات أثناء الثورة الليبية .

خامسًا : الإطار النظري للدراسة :

اعتمدت الدراسة على مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام:

– مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام:

لقد ازداد الاهتمام بهذه النظرية في العقدين الأخيرين نظرًا للتطور التقني الهائل و الثورة المعرفية، فمن الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحيانا آثارا قوية ومباشرة، وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة(١).

ويمكن القول: إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام هي (نظرية بيئية)، والنظرية البيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيبا عضويا، وهي

تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة وكبيرة يرتبط كل منها بالآخر ومن ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات، والمفترض أن يكون نظام وسائل الإعلام جزءا هاما من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث، وهذا النظام له علاقة بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى، والعلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها أو مع احد أجزاءها مثل: الصحف- الراديو -التلفزيون- الانترنت(٢).

ويرجع أسباب اختيار هذه النظرية للدراسة الحالية :

١- لأن هذه الدراسة تسعى إلى الكشف عن مدى وعي الشباب الليبي المستخدم لوسائل الإعلام المختلفة، وطبيعة دور هذه الوسائل في تكوين هذا الوعي وهو ما يتفق مع الهدف الرئيسي للنظرية التي تسعى إلى تفسير : لماذا يكون لوسائل الإعلام أحياناً آثار قوية و مباشرة وأحياناً تأثيرات ضعيفة على الجوانب المعرفية ؟

٢- تفترض النظرية أن الجمهور سيعتمد على وسائل الإعلام بشكل متزايد لاستقاء المعلومات والأخبار من أجل تكوين مداركه ومعرفة مضامين التوجهات إزاء ما يحدث في المجتمع في أوقات التغير التي يسود فيها الشك والغموض وهو ما ينطبق على الدراسة الحالية من اعتماد الشباب الجامعي على القنوات الإخبارية في تزويدهم بالمعلومات حول تداعيات الثورة الليبية.

سادسًا مراجعة بعض الدراسات السابقة:

(١) دراسة سعاد محمد محمد المصرى٢٠١٢(٣) بعنوان : دور وسائل الإعلام في تزويد الشباب الجامعي ببعض المفاهيم السياسية بعد أحداث ٢٥ يناير ٢٠١١.

يهدف البحث على التعرفدور وسائل الإعلام في تزويد الشباب الجامعي ببعض المفاهيم السياسية بعد أحداث ٢٥ يناير ٢٠١١.

اتبعت الباحثة منهج المسح من خلال مسح عينة من طلاب الجامعات المصرية من خلال عينة عشوائية منتظمة قوامها ٣٠٠ طالبا وطالبة تتراوح أعمارهم من (١٨– ٢١) سنة من كليات الآداب –التجارة – التربية النوعية – الطب البيطري– المعهد العالي للهندسة والتكنولوجيا بكفر الشيخ، وقد اعتمدت الباحثة على أداة الاستبيان لجمع المعلومات والبيانات.

وقد تم التوصل إلى بعض النتائج من أهمها :

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في اكتساب المفاهيم السياسية.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات الذكور والإناث في الاشتراك في ثورة ٢٥ يناير لصالح الذكور.
- وجود علاقة طردية متوسطة بين المشاركة في اكتساب المفاهيم السياسية وبين قراءة الصحف.

(٢) دراسة عبد الله عبد الله محمد الوزان٢٠١١(٤) بعنوان : دور نشرات الأخبار في قناتي الجزيرة **الإخبارية** وCNN في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضية الفلسطينية.

تستهدف الدراسة التعرف على اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضية الفلسطينية من خلال عينة من القنوات الإخبارية ممثلة في قناتي (الجزيرة الإخبارية وسي إن إن)، وذلك من خلال متابعة نشراتهما الإخبارية المتنوعة، تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، حيث تعتمد على جمع الحقائق عن دور قناتي (الجزيرة الإخبارية وسي إن إن) في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضية الفلسطينية، ومن ثم تحليل هذا الدور وتفسيره، وتعتمد على منهج المسح بالعينة، يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في النشرات الإخبارية التي تقدم على قناتي(الجزيرة الإخبارية وسي إن إن) و يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في جامعات (عين شمس – المنصورة – الزقازيق)، وتم سحب عينة عشوائية من (٣٠٠) مبحوث (ذكور – إناث) من الشباب الجامعي عمر (٢٠ – ٢١ عامًا) من الفرقة الرابعة للجامعات السابقة بواقع (١٠٠) مبحوث لكل جامعة، قام الباحث باستخدام : أداة تحليل المضمون لبعض نشرات الأخبار.أداة الاستبيان : لجمع البيانات من عينة الدراسة.

وكان من أهم نتائج الدراسة :

– قناة الجزيرة الإخبارية احتلت المرتبة الأولى في مشاهدة القنوات الإخبارية بنسبة ٨٥,٢% تلتها في المشاهدة قناة النيل الإخبارية بنسبة ٣٢,٢% ثم جاءت في المرتبة الثالثة قناة العربية بنسبة١٨,٥%، والمرتبة الرابعة جاءت قناة CNN بنسبة ١٣,٣%.

(٣) دراسة هالة إبراهيم عوض درويش٢٠٠٧(٥) بعنوان : **إدراك** عينة من الشباب الجامعي لبعض المفاهيم السياسية من خلال متابعة بعض البرامج الإخبارية بالقنوات الإخبارية المتخصصة.

سعت إلى التعرف على دور القنوات الإخبارية العربية (الجزيرة) في

التأثير على معارف الشباب الجامعي (١٨ : ٢٠) سنة، وخلق الوعي السياسي بأهمية قضايا بعينها وإدراكهم لهذه القضايا.

اتبعت الباحثة منهج المسح بالعينة حيث قامت بإجراء دراسة تحليلية لعينة من البرامج الإخبارية بقناة الجزيرة على مدى الدورتين البرامجيتين التي بدأتا من أول يناير حتى آخر يونيه ٢٠٠٦ حيث طبقت الدراسة على أربعة برامج إخبارية وهى (الاتجاه المعاكس – بلا حدود – حوار مفتوح – أكثر من رأى).

وكذلك دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي (١٨ : ٢٠) سنة تبلغ ٤٠٠ مبحوث من الذكور والإناث من خلال استمارة استبيان.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها :

- جاءت قناة الجزيرة في المركز الأول بنسبة ٧٥,٤% ثم في المركز الثاني جاءت قناتي النيل للأخبار والعربية بنسبة ٧,١%، وفي المركز الثالث جاءت قناتي CNN الأمريكية والفرات العربية بنسبة ٥,١%.
- توصلت الدراسة إلى ارتفاع نسبة مشاهدة القنوات الإخبارية العربية المتخصصة حيث تبلغ نسبتها ٩٣,٦% في مقابل ٦,٤% من العينة لا يشاهدون القنوات الإخبارية المتخصصة.

(٤) دراسة نوال عسكر ٢٠٠٨(٦) بعنوان : استخدام الجمهور في دولة الإمارات العربية المتحدة للقنوات الإخبارية العربية وتأثيرها على اتجاهاتهم نحو القضايا العربية.

تهدف الدراسة إلى معرفة معدل استخدام الجمهور في دولة الإمارات العربية المتحدة للقنوات العربية الإخبارية المتخصصة، والتعرف على الدور

الذي تقوم به القنوات العربية الإخبارية في تشكيل اتجاهات الإماراتيين نحو القضايا العربية، ، أ ما عن منهج الرسالة فقد اعتمدت الباحثة في تطبيقها على عينة عشوائية قوامها ٣٠٠ مبحوث من مواطني دولة الإمارات العربية المتحدة، من سكان أبو ظبي ودبي والشارقة ورأس الخيمة وأم القيوين وعجمان والفجيرة في محاولة لمعرفة معدل استخدام القنوات العربية الإخبارية المتخصصة وتأثيرها على اتجاهاتهم نحو القضايا العربية.

وقد توصلت الباحثة إلى نتائج مهمة كما يلي :

- أظهرت نتائج الدراسة أن نشرات الأخبار هي أكثر المواد التي يفضل المبحوثون مشاهدتها، وتأخذ الترتيب الأول ثم تأتى البرامج الحوارية في الترتيب الثاني، وتقارير المراسلين في الترتيب الثالث.
- يوجد علاقة ارتباطيه دالة إحصائيا بين كل من تعرض الجمهور واعتماده على القنوات الإخبارية العربية كمصدر للمعلومات من ناحية وبين دوافع الاعتماد على هذه القنوات .
- وجود علاقة ارتباطيه إيجابية بين مشاهدة الجمهور للقنوات الإخبارية العربية ودرجة اعتماده عليها كمصادر هامة للمعرفة بالقضايا العربية وبين إدراك الجمهور لأهمية هذه القضايا من ناحية أخرى.

(٥) دراسة هالة كمال نوفل ٢٠٠٥(٧) بعنوان : دور القنوات الفضائية العربية في دعم القيم والقضايا القومية : دراسة ميدانية على عينة من الجمهور في محافظة قنا.

أجريت الدراسة على عينة عشوائية طبقية قوامها (٢٠٠) مبحوث من الجمهور العام في محافظة قنا.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها :

– أهم القنوات الفضائية العربية المفضلة لدى المبحوثين عينة الدراسة بالترتيب هي : الجزيرة (٦٢%)، اقرأ (٥٥%)، الفضائية المصرية الأولى والثانية (٥٢%) لكل منهما، المحور (٤٤%)، دريم الأولى والثانية (٤٢,٥%) لكل منهما .

(٦) دراسة إيمان السيد جمعة رمضان٢٠٠٧(٨) بعنوان دور القنوات الفضائية الإخبارية في إمداد المراهقين بالمعلومات عن الأحداث الجارية .

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به القنوات الفضائية الإخبارية العربية (الجزيرة – العربية – النيل الإخبارية) في إمداد المراهقين طلاب الفرقة الأولى بالتعليم الجامعي (١٧–١٨ سنة) بالمعلومات عن الأحداث الجارية، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وقد استخدمت الباحثة المنهج المسحي، كذلك تم استخدام استمارة تحليل المضمون، واستمارة الاستبيان على عينة قوامها (٤٠٠) مبحوث من الطلاب الجامعيين في الجامعات الحكومية والخاصة بمحافظة الدقهلية.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها :

– ارتفاع معدل مشاهدة القنوات الإخبارية بين أفراد العينة بنسبة ٨٨% من إجمالي عينة الدراسة.

– أعطت قناة الجزيرة اهتمامًا أكبر للأخبار ذات المساحة الزمنية الكبيرة

– ساد الاتجاه السلبي في التغطية الإخبارية للقنوات الفضائية الإخبارية.

(٧) دراسة محمود أحمد مزيد٢٠٠٥(٩) بعنوان : اعتماد المراهقين على القنوات الإخبارية في متابعة الأحداث والقضايا السياسية.

أجريت الدراسة على عينة عمديه قوامها (٣٥٠) مبحوثا من المراهقين الذين لديهم أطباق استقبال القنوات الفضائية ويتعرضون للقنوات الإخبارية.

وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج منها :

- تتراوح معدلات مشاهدة القنوات الإخبارية ما بين : المشاهدة دائما (٣٨,٩%)، المشاهدة أحيانا (٣٧,٧%)، والمشاهدة نادرًا (٢٣,٤%) لدى المراهقين عينة الدراسة.
- أهم القنوات الإخبارية التي يشاهدها المراهقون عينة الدراسة هي بالترتيب : قناة الجزيرة، قناة النيل للأخبار، قناة العربية، قناة الجزيرة مباشر، وقناة BBC.
- يشاهد (٣٨,٣%) من المبحوثين عينة الدراسة القنوات الفضائية من ساعة إلى ساعتين، ويشاهدها لأكثر من ساعتين (٣٧,٤%)، ويشاهدها (٢٤,٣%) لأقل من ساعة يوميًا.
- أهم مصادر معلومات المبحوثين عينة الدراسة عن الأحداث والقضايا المختلفة بالترتيب هي : القنوات الفضائية العامة، القنوات الإخبارية المتخصصة، شبكة الإنترنت، الإذاعة، الاتصال الشخصي، الدوريات المتخصصة، والصحف.

(٨) دراسة أياد محمود سليم البرنيه ٢٠٠٥(١٠) بعنوان استخدامات الشباب الجامعي الفلسطيني في قطاع غزة للقنوات **الإخبارية** الفضائية العربية وعلاقتها بمستوى المعرفة بالقضايا العربية.

هدفت إلى التعرف على طبيعة استخدامات الشباب الجامعي الفلسطيني في قطاع غزة للقنوات الإخبارية الفضائية العربية ودوافع هذا الاستخدام، والتعرف على مستوى معرفتهم بالقضايا العربية المثارة، اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح واستخدم الباحث صحيفة الاستقصاء لجمع البيانات، وتم تطبيقها على عينة عشوائية طبقية قوامها ٤٠٠ مبحوث من الشباب الجامعي الفلسطيني في قطاع غزة في مرحلة البكالوريوس من ثلاث جامعات (الجامعة الإسلامية – جامعة الأزهر – جامعة الأقصى) من مختلف التخصصات والمستويات الدراسية.

وكان من أهم نتائج الدراسة :

- كشفت الدراسة أن ٥٤,٤% من الشباب الجامعي الفلسطيني عينة الدراسة مستوى معرفتهم الكلية بالقضايا المثارة متوسطة، بينما ٤٢,٨% مستوى معرفتهم مرتفعة، ٢,٨% مستوى معرفتهم منخفضة.
- أهم القنوات الإخبارية العربية الفضائية التي يحرص الشباب الجامعي الفلسطيني على مشاهدتها مرتبة طبقًا لما حصلت عليه من تكرارات هي : الجزيرة العربية الإخبارية، قناة النيل للأخبار المصرية، ANN،
- أهم المواد التي يقبل المبحوثون على مشاهدتها في القنوات الإخبارية الفضائية العربية بالترتيب هي : مواجيز الأخبار – النشرات الإخبارية – البرامج الحوارية .

(٩) دراسة محمد عبد الوهاب الفقيه ٢٠٠٢(١١) بعنوان : العلاقة بين الاعتماد على القنوات التليفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية في المجتمع اليمنى.

بينت الدراسة مدى معرفة اعتماد الجمهور اليمنى على القنوات التليفزيونية كمصدر رئيس في اكتساب المعلومات المتعلقة بالشئون والقضايا العامة المثارة وعلى مدى وجود فروق معرفية بين فئات المشاهدين لتلك القنوات التليفزيونية بالإضافة إلى معرفة العلاقة بين متغير الاعتماد على تلك القنوات من ناحية والمعرفة بالموضوعات والقضايا البارزة من ناحية أخرى، واستخدمت الدراسة منهج المسح لعدد من القنوات الفضائية وهى قنوات : الجزيرة، وقناة إم بى سي، وقناة أبو ظبي، والفضائية اليمنية وذلك خلال الفترة من مايو حتى نهاية يونيو ٢٠٠٠م، كما تم عمل مسح لعينة من الجمهور اليمنى قوامها (٤٦٢) مبحوث عن طريق المقابلة الشخصية وأجريت في الفترة من مايو إلى أغسطس ٢٠٠٠م .

وكان من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي :

– جاء ترتيب المبحوثين للقنوات الفضائية التي يعتمدون عليها في اكتساب المعرفة بالشئون العامة بشكل عام على الترتيب كالآتي : الجزيرة MBC الفضائية اليمنية LBC أبو ظبي الفضائية تليفزيون دبي الفضائية المصرية CNN المستقبل الشارقة.

(١٠) دراسة إيفلاند، وليم وشافيل، دايترم Veland. William P. & Secheufele, Dietram ٢٠٠٠(١٢) بعنوان : العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام الإخبارية وفجوة المعرفة والمتلقي.

أجريت الدراسة على عينة عشوائية متعددة المراحل قوامها ٢٠٠٠ مبحوث باستخدام صحيفة الاستقصاء خلال الفترة من ٦ نوفمبر وحتى ٣١ ديسمبر التي تسبق الحملة الانتخابية وتليها للتعرف على تأثير التغطية الإعلامية للحملة في تزويد المبحوثين بمعلومات حولها.

وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج منها :

تراوحت معدلات استخدام المبحوثين عينة الدراسة للأخبار التليفزيونية كمصدر للحصول على المعلومات بين المبحوثين ذوى المستوى التعليمي المنخفض (٥٨%)، وبين المبحوثين ذوى المستوى التعليمي المتوسط (٥٤%)، والمبحوثين ذوى المستوى المتوسط التعليمي المرتفع (٤٨%).

(١١) دراسة فينست وميشيل Richard C. Vincent and Basil D. Michael ١٩٩٧(١٣) بعنوان : إشباعات الطلاب الجامعيين ومدى استخدامهم لوسائل الإعلام والمعرفة بربطها بالأحداث الجارية.

حاولت هذه الدراسة التعرف على أسباب استخدام الطلبة الجامعيين للأخبار التي تقدمها وسائل الإعلام المختلفة ومن بينها شبكة الأخبار الأمريكية سى إن إن.

وكان من أهم نتائجها :

بينت الدراسة أنه كلما تقدمت سنوات الدراسة الجامعية كلما ارتفعت نسبة تعرض الطلاب الأخبار في وسائل الإعلام.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفاد الباحث من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة بشكل دقيق وبلورة الخطة المنهجية للدراسة والتعرف على المناهج والأدوات المستخدمة، والاختيار الأمثل لمنهج وأداة الدراسة، واستفاد الباحث كذلك من

الدراسات السابقة في صياغة الفروض وتساؤلات الدراسة بما يتلاءم مع أهداف الدراسة الميدانية، كما استفاد منها الباحث في إعداد الاستبيان وتقسيمه.

سابعًا : تساؤلات الدراسة :

١- ما القنوات الإخبارية العربية التي فضلت مشاهدتها للحصول على معلوماتك أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية؟

٢- ما أهم قناة إخبارية عربية اعتمدت عليها للحصول على معلوماتك أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية؟

٣- ما الفترة الإذاعية التي كنت تشاهد فيها قناتك التي اخترتها؟

٤- ما مدى اعتمادك على هذه القناة التي اخترتها كمصدر للمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية؟

٥- ما متوسط ساعات مشاهداتك اليومية لقناتك الإخبارية التي اخترتها ؟

٦- ما دوافعك من الاعتماد على القناة التي اخترتها كمصدر للمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية؟

٧- ما التأثيرات الناتجة عن اعتمادك على القناة التي اخترتها كمصدر للمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية؟

٨- هل غطت القناة التي اخترتها الموضوعات والأحداث السياسية والعسكرية المتعلقة بثورة ١٧فبرايرالليبية ؟

٩- هل ساهمت القناة الإخبارية التي اخترتها عن أحداث ثورة ١٧ فبراير الليبية والإلمام بكافة تفاصيله ؟

ما أهم المصادر الأخرى في الحصول على المعلومات ومتابعة الأحداث المتعلقة بالثورة الليبية ؟

ثامنًا : فروض البحث:

الفرض الأول : توجد علاقة طردية بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على القنوات الإخبارية العربية ومعلوماتهم حول ثورة ١٧ فبراير الليبية.

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم تعرض الشباب الجامعي للقنوات الإخبارية العربية وبين زيادة معلوماتهم حول ثورة ١٧ فبراير الليبية.

الفرض الثالث : توجد علاقة دالة إحصائيًا بين المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين(النوع - التخصص – الفرقة) وبين كثافة التعرض للقنوات الإخبارية العربية في تزويد الشباب الجامعي بالمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية.

تاسعًا :المنهج:

تعتمد الدراسة على منهج المسح بالعينة والذي يستخدم لدراسة أفراد الجمهور والتعرف على آرائهم والتأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام خاصة القنوات الإخبارية العربية عليهم .

عاشرًا : أدوات جمع البيانات:

اعتمد الباحث على استمارة استبيان لجمع البيانات من عينة الدراسة البالغ عددهم ٢٠٠ مبحوث من الشباب الجامعي في جامعة مصراته من كليتي الآداب والعلوم من الفرقة الأولى حتى الفرقة الرابعة.

استمارة استبيان:

تم تصميم استمارة استبيان بناءً على أهداف البحث وتساؤلاته وفي ضوء خصائص العينة البشرية وبعد

وقد مر تصميم الاستمارة بخطوات :

- الإعداد المبدئي للاستمارة .

تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين(*) للتعرف على مدى وضوحها وقدرتها على الحصول على البيانات المطلوبة واختبار الفروض، وتعديلها بناءً على ملاحظاتهم، و بالتالي تحقق الصدق الظاهري للبيانات .

- كما تم إجراء اختبار فعلي لاستمارة الاستبيان من خلال تطبيقها على عينة نسبتها ١٥% أي ما يعادل ٣٠ مفردة من الشباب من الجنسين، و ذلك للتأكد من وضوح الأسئلة و سهولة فهمها و من ثم إعادة صياغة الاستمارة في صورتها النهائية وفقًا لملاحظات المبحوثين.

(*) قام الباحث بتحكيم استمارة الاستبيان على السادة المحكمين وهم كما يلي :

١- أ.م.د/ أحمد حسين محمد – أستاذ الإعلام المساعد بكلية الآداب – جامعة مصراته – قسم الإعلام.

٢- أ.م.د / فتحي أميمه – أستاذ الإعلام المساعد بكلية الآداب – جامعة مصـراته – قسم الإعلام

٣- أ.م.د / عبد المجيد الخطيب– أستاذ الإعـلام المسـاعد بكليـة الآداب – جامعـة مصراته – قسم الإعلام.

٤- د/ رمضان أبو شعالة – رئيس قسم الإعلام بكلية الآداب – جامعة مصراته.

٥- د / مفتاح أجعية – محاضر الإعلام بكلية الآداب – جامعـة مصـراته – قسـم الإعلام.

٦- د / أشرف محمد قادوس– محاضر الإعلام بكلية الآداب – جامعـة مصـراته – قسم الإعلام.

تم إعادة تطبيق الاستمارة على نفس العينة من المبحوثين و ذلك بعد مضي أسبوعين تقريبًا من تطبيق الاستمارة، و تم حساب نسبة الثبات بين التطبيقين وقد بلغت نسبة الثبات 0.94، وهي نسبة عالية تدل على قابلية استمارة الاستبيان للتطبيق.

حادي عشر : مجتمع البحث والعينة:

يتمثل مجتمع البحث في الشباب الجامعي لجامعة مصراته بمدينة مصراته التابعة لدولة ليبيا، وقد تم اختيار جامعة مصراته فقط نظرا لتباعد المسافات بين الجامعات الليبية فأقرب جامعة لي هي جامعة طرابلس، والمسافة بيني وبينها حوالي ٣٠٠ كيلو متر، وتم سحب عينة عشوائية بسيطة من (٢٠٠) مبحوث (ذكور – إناث)، ١٠٠مبحوث (٥٠ ذكور – ٥٠إناث) بكلية الآداب – جامعة مصراته من قسم الإعلام (٥٠) مبحوث، وقسم اللغة الإنجليزية (٥٠) مبحوث– ١٠٠مبحوث (٥٠ ذكور – ٥٠إناث) بكلية العلوم– جامعة مصراته من قسم الكيمياء (٥٠) مبحوث، وقسم الفيزياء (٥٠) مبحوث، وقد تم إجراء الدراسة على هذه العينة العشوائية السابقة نظرا لأن حجم العينة الأصلية الممثلة لكليات جامعة مصراته ليس كبيرا، بل إنه أقل من المعدلات المتعارف عليها في عدد الطلاب، وذلك نظرا لأن عدد سكان دولة ليبيا قليل، حوالي خمسة مليون نسمة في جميع الأقطار الليبية، لذا جاء اختيار عينة الدراسة من ٢٠٠ مبحوث وقد روعي فيها ما يلي :

١- أن تكون ممثلة للذكور والإناث.

٢- أن تكون ممثلةللكليات النظرية والعملية لإظهار الفروق بينهما.

٣- أن تمثل العينة مراحل الفرق الأربع الجامعية المختلفة لإظهار الفروق المختلفة في الفرق الدراسية.

الثاني عشر : المعالجة الإحصائية للبيانات :

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلي الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS "
Statistical Package for the Social Science

وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- الوسط المرجح.
- اختبار كا٢ (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal)
- اختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في احد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)
- تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف اختصارا باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في احد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)
- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة (LSD) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائيا بينها.

الثالث عشر : المفاهيم الأساسية للبحث :

- **الدور** : هو مجموع توقعات الأفعال التي تقوم بها القنوات الإخبارية العربية في تزويد الشباب الجامعي بالمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية.
- **القنوات الإخبارية العربية** : هي قنوات إخبارية ناطقة باللغة العربية تقدم خدمة إخبارية للمشاهدين تعرض فيها معظم الأحداث الجارية على الساحة المحلية والدولية .
- **الشباب الجامعي** :يقصد بهم في هذا البحث(المعنى الإجرائي) من هم في مرحلة المراهقة المتأخرة من (١٨ : ٢١ سنة) وتمثل عينة الشباب الجامعي في هذا البحث الفرقة الأولى حتى الفرقة الرابعة من المرحلة الجامعية لجامعة مصراته بليبيا .
- **ثورة ١٧ فبراير الليبية:** هي مجموعة من الأحداث السياسية والعسكرية استخدم فيها القوة المسلحة لتغيير نظام معمر القذافي الذي حكم دولة ليبيا أكثر من أربعين عاما، وقد نجحت الثورة الليبية في إزالة هذا النظام ومقتل القذافي العقل المفكر له.

نتائج الدراسة الميدانية:

١- خصائص عينة الدراسة:

جدول (١)

يوضح وصف عينة الدراسة

خصائص العينة		إجمالي	
		العدد	النسبة
النوع	ذكور	١٠٠	٥٠ %
	إناث	١٠٠	٥٠ %
	جملة	٢٠٠	١٠٠%
الكلية	كلية الآداب	١٠٠	٥٠ %
	كلية العلوم	١٠٠	٥٠ %
	جملة	٢٠٠	١٠٠%
التخصص	نظري	١٠٠	٥٠ %
	عملي	١٠٠	٥٠ %
	جملة	٢٠٠	١٠٠%
الفرقة الدراسية	الفرقة الأولى	٥٠	٢٥ %
	الفرقة الثانية	٥٠	٢٥ %
	الفرقة الثالثة	٥٠	٢٥%
	الفرقة الرابعة	٥٠	٢٥ %
	جملة	٢٠٠	١٠٠%
السن	العدد	٢٠٠	
	المتوسط	٢٠,٠	
	الانحراف المعياري	١,٢٤	

- يتبين من الجدول السابق الآتي : من حيث النوع: نسبة ٥٠% ذكور, ونسبة ٥٠% منهم إناث.
- من حيث الكلية : نسبة ٥٠% من أفراد العينة بكلية الآداب, ونسبة ٥٠% منهم بكلية العلوم.
- من حيث التخصص:نسبة ٥٠% من أفراد العينة بدراسة نظرية, ونسبة ٥٠% منهم بدراسة عملية.
- من حيث الفرقة الدراسية : نسبة ٢٥% من أفراد العينة بالفرقة الأولى, ونسبة ٢٥% منهم بالفرقة الثانية, ونسبة ٢٥% منهم بالفرقة الثالثة, ونسبة ٢٥% منهم بالفرقة الرابعة.
- من حيث السن: متوسط أعمار أفراد العينة بالفئة العمرية م٢٠ سنة وانحراف معياري ١,٢٤ سن.
- يبين الجدول السابق أن العينة مختلفة النوع ذكور وإناث و تشمل كذلك الكليات النظرية والعملية على حد سواء وكذلك اختلاف الفرق الدراسية بين أفراد العينة وذلك لتوضيح الفروق بينهما في شتى هذه الفروع، وذلك لإعطاء بيانات ونتائج جيدة تجعل الدراسة ذات نتائج ملموسة وايجابية تحقق النفع للدراسات البحثية مستقبلا.

تختلف هذه النتيجة مع **دراسة سعاد محمد المصري ٢٠١٢(١٤)** حيث كانت نسب الفرق الجامعية مختلفة وكذلك نسب النوع فالذكور كان نسبتهم ٤٣,٣% والإناث نسبتهم ٥٦,٧%، أيضًا اختلفت تخصصات الدراسة فكانت نسبة ٦٠% تخصصات عملية ونسبة ٤٠% تخصصات نظرية .

٢- مدى مشاهدة القنوات الإخبارية:

جدول (٢)

يوضح مدى مشاهدة القنوات الإخبارية

مدى مشاهدة القنوات الإخبارية		
	ك	%
دائما	٨٧	٤٣,٥
أحيانا	١١٠	٥٥
لا	٣	١,٥
الجملة	٢٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ٤٣,٥% من الشباب أفراد العينة يشاهدون القنوات الإخبارية العربية (دائما), ونسبة ٥٥% منهم يشاهدونها (أحيانا)، ونسبة ١,٥% لا يشاهدونها.

اختلفت هذه النتيجة مع **دراسة محمود أحمد مزيد ٢٠٠٥(١٥)** حيث كان حجم مشاهدة القنوات الإخبارية كالتالي: المشاهدة دائما (٣٨,٩%)، المشاهدة أحيانا (٣٧,٧%)، والمشاهدة نادرًا (٢٣,٤%) لدى المراهقين عينة الدراسة **ودراسة عبد الله الوزان ٢٠١١(16)** التي يشاهد فيها نسبة ١٠% من الشباب أفراد العينة القنوات الإخبارية(دائما) ونسبة ٨٠% منهم يشاهدونها(أحيانا) , ونسبة ١٠% منهم لا يشاهدونها على الإطلاق

٣-سبب عدم مشاهدة القنوات الإخبارية:

جدول (٣)

يوضح سبب عدم مشاهدة القنوات الإخبارية

سبب عدم مشاهدة القنوات الإخبارية		
	ك	%
لا أثق فيما تقدمه من أخبار	٢	٦٦,٧
متحيزة في تغطيتها للأحداث	١	٣٣,٣
ليس لدي وقت لمتابعتها	٢	٦٦,٧
ليست على المستوى المطلوب	٣	١٠٠
لا تعرض إلا الأخبار السلبية	١	٣٣,٣

يتضح من الجدول السابق : أن نسبة ١٠٠% من أفراد العينة لا يشاهدون القنوات الإخبارية (لأنها ليست على المستوى المطلوب) , ونسبة ٦٦,٧% منهم لا يشاهدونها لأنهم(لا يثقون فيما تقدمه من أخبار), ونسبة ٦٦,٧% منهم لا يشاهدونها لأنهم(ليس لديهم وقت لمتابعتها), ونسبة ٣٣,٣% منهم لا يشاهدونها لأنها (لا تعرض إلا الأخبار السلبية), ونسبة ٣٣,٣% منهم لا يشاهدونها لأنها (متحيزة في تغطيتها للأحداث)

٤- القنوات الإخبارية العربية التي فضلت مشاهدتها للحصول على معلوماتك أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية:

جدول (٤)

يوضح القنوات الإخبارية العربية التي فضلت مشاهدتها للحصول على معلوماتك أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية

القنوات الإخبارية العربية التي فضلت مشاهدتها للحصول على معلوماتك أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية	ك	%
قناة الجزيرة الإخبارية	١٧٩	٩٠,٩
قناة العربية	١٢٩	٦٥,٥
قناة العالم	٢٣	١١,٧
قناة BBCArabic	١١٢	٥٦,٩
قناة النيل الإخبارية	٥١	٢٥,٩
قناة الحرة العراقية	١٠	٥,١
الإخبارية السعودية	٩	٤,٧
قناة العالم	٧	٣,٦
قناة فرانس ٢٤	١٣	٦,٦
قناة الآن	١٤	٧,١

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ٩٠,٩% من أفراد العينة يفضلون مشاهدة قناة الجزيرة الإخبارية للحصول على معلوماتهم أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية, ونسبة ٦٥,٥% منهم يفضلون مشاهدة قناة العربية, ونسبة ٥٦,٩% منهم يفضلون مشاهدة قناة BBCArabic, ونسبة ٢٥,٩% منهم يفضلون مشاهدة قناة النيل الإخبارية، أي أن المراكز الثلاثة الأولى كانت من نصيب القنوات التالية : الجزيرة – العربية– BBC.

وقد اتفقت هذه النتيجة مع الدراسات التالية : دراسة أياد محمود سليم البرنيه(٢٠٠٥)(17)، و دراسة محمود أحمد مزيد ٢٠٠٥ (18) و دراسة هالة كمال نوفل ٢٠٠٥ (19)، و دراسة إيمان السيد جمعة رمضان ٢٠٠٧ (20)، دراسة هالة إبراهيم عوض درويش ٢٠٠٧ (21) و دراسة عبد الله عبد الله محمد الوزان٢٠١١(22) في حصول قناة الجزيرة الإخبارية على المرتبة الأولى في نسبة المشاهدة.

٥-أهم قناة إخبارية عربية اعتمدت عليها للحصول على معلوماتك أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية:

جدول (٥)

يوضح أهم قناة إخبارية عربية اعتمدت عليها للحصول على معلوماتك أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية

أهم قناة إخبارية عربية اعتمدت عليها للحصول على معلوماتك أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية	ك	%
قناة الجزيرة	١٤٥	٧٣,٦
قناة العربية	٣٩	١٩,٨
قناة BBCArabic	١٣	٦,٦
الجملة	١٩٧	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٧٣,٦% من الشباب أفراد العينة اعتمدوا على قناة الجزيرة للحصول على معلوماتهم أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية, ونسبة ١٩,٨% منهم اعتمدوا على قناة العربية, ونسبة ٦,٦% منهم اعتمدوا على قناة BBCArabic.

وهذا يؤكد الجدول السابق في حصول الثلاث قنوات السابقة على المراكز الثلاث الأولى، لكن الجزيرة احتلت المركز الأول بفارق كبير عن القناتين الأخر تين، فقد حصلت منفردة على نسبة ٧٣,٦ % وهى نسبة كبيرة إذا ماقورنت بمثيلاتها، مما يدلل على حجم المشاهدة العالية من قبل المبحوثين لقناة الجزيرة.

تتفق هذه النتيجة مع **دراسة محمد عبد الوهاب الفقيه (٢٠٠٢)(23)**، **ودراسة نوال عسكر ٢٠٠٨ (24)** في أن قناة الجزيرة أخذت المرتبة الأولى كأهم قناة فضائية إخبارية تم الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات .

٦- الفترة الإذاعية التي كنت تشاهد فيها قناتك التي اخترتها:

جدول (٦)

يوضح الفترة الإذاعية التي كنت تشاهد فيها قناتك التي اخترتها

الفترة الإذاعية التي كنت تشاهد فيها قناتك التي اخترتها	ك	%
الفترة الصباحية	١٤	٧,١
فترة الظهيرة	٣٢	١٦,٣
الفترة المسائية	٤٥	٢٢,٨
على رأس الساعة	١٠٦	٥٣,٨
الجملة	١٩٧	١٠٠

يتضح من الجدول السابق : أن نسبة ٥٣,٨% من الشباب أفراد العينة يشاهدون القنوات الإخبارية على رأس الساعة بالنسبة للنشرات الإخبارية, ونسبة ٢٢,٨% منهم يشاهدونها في الفترة المسائية, ونسبة ١٦,٢% منهم

يشاهدونها في فترة الظهيرة, ونسبة ٧,١% منهم يشاهدونها في الفترة الصباحية.

أي أن أكثر من نصف المبحوثين ونسبتهم ٥٣,٨% يشاهدون القنوات الإخبارية على مدار ٢٤ ساعة بمعدل كل ساعة نشرة إخبارية يتابعون فيها ثورتهم لكي يكون على علم بمجرياتها وأحداثها .

اختلفت هذه النتيجة مع دراسة عبد الله الوزان ٢٠٠٦**(25)** فبدأت باستجابة حسب الظروف ثم الفترة المسائية ثم فترة الظهيرة.

٧- مع من كنت تشاهد قناتك التي اخترتها.

جدول (٧)

يوضح مع من كنت تشاهد قناتك التي اخترتها

مع من كنت تشاهد قناتك التي اخترتها		
	ك	%
كنت أشاهدها منفردا في المنزل	٧	٣,٥
أشاهدها مع الأسرة في المنزل	٥١	٢٥,٩
كنت أشاهدها مع جماعات الرفاق والزملاء	١٣٩	٧٠,٦
الجملة	١٩٧	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٧٠,٦% من أفراد العينة يشاهدون القنوات الإخبارية مع جماعات الرفاق والزملاء وذلك بحكم تواجدهم في ميدان الحرب وتجمعات الثوار ضد نظام القذافي البائد, ونسبة ٢٥,٩% منهم يشاهدونها مع الأسرة في المنزل, ونسبة ٣,٦% منهم يشاهدونها منفردين في المنزل.

٨- متوسط ساعات مشاهداتك اليومية لقناتك الإخبارية التي اخترتها:

جدول (٨)

يوضح متوسط ساعات مشاهداتك اليومية لقناتك الإخبارية التي اخترتها

متوسط ساعات مشاهداتك اليومية لقناتك الإخبارية التي اخترتها	ك	%
حسب الظروف	١٦٠	٨١,٢
أقل من ساعة	١٢	٦,١
من ساعة لساعتين	١٦	٨,١
من ساعتين إلى ثلاث ساعات	٤	٢
من ثلاث ساعات إلى أربع ساعات	٣	١,٥
من أربع ساعات إلى خمس ساعات	٢	١
الجملة	١٩٧	١٠٠

يتضح من الجدول السابق :

أن نسبة ٨١,٢% من الشباب أفراد العينة يشاهدون القنوات الإخبارية حسب الظروف, ونسبة ٨,١% منهم يشاهدونها من ساعة إلى ساعتين في اليوم , ونسبة ٦,١% منهم يشاهدونها أقل من ساعة في اليوم.

بمعنى أنه لا توجد هناك ساعات محددة يشاهد فيها المبحوثين القنوات الإخبارية لكن المشاهدة تكون حسب ظروفهم، فقد يكون هناك هجوم من قبل قوات القذافي يمنعهم من المشاهدة أو أن الظروف غير مواتية للمشاهدة كانقطاع الكهرباء، وحدوث تشويش للقنوات الإخبارية من قبل نظام القذافي .

- اتفقت هذه النتيجة مع **دراسة عبد الله الوزان ٢٠١١(26)** في حصول استجابة (حسب الظروف) على المرتبة الأولى بنسبة ٤٦,٣% .

– اختلفت هذه النتيجة مع دراسة **محمود أحمد مزيد ٢٠٠٥(27)** فقد كان متوسط ساعات المشاهدة عنده يشاهد (٣٨,٣%) من المبحوثين عينة الدراسة القنوات الفضائية من ساعة إلى ساعتين، ويشاهدها لأكثر من ساعتين (٣٧,٤%)، ويشاهدها (٢٤,٣%) لأقل من ساعة يوميًا.**ودراسة مروة رجاء Ragaa,Marwa ٢٠٠٢ (28)** التي جاءت ساعات المشاهدة ما بين ٣ – ٤ ساعات بنسبة (٤٠%)،

٢ – ٣ ساعات عند (٣٥%)، ١ – ٢ ساعة عند (٢٥%)، وما بين نصف ساعة – ساعة عند (١٥%).

٩- مدى اعتمادك على هذه القناة التي اخترتها كمصدر للمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية:

جدول (٩)

يوضح مدى اعتمادك على هذه القناة التي اخترتها كمصدر للمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية

مدى اعتمادك على هذه القناة التي اخترتها كمصدر للمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية	ك	%
اعتمدت عليها بدرجة كبيرة	١٧٩	٩٠,٩
اعتمدت عليها بدرجة متوسطة	١٥	٧,٥
اعتمدت عليها بدرجة منخفضة	٣	١,٥
الجملة	١٩٧	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٩٠,٩% من الشباب أفراد العينة اعتمدوا بدرجة كبيرة على هذه القناة التي اخترتها كمصدر للمعلومات أثناء

ثورة ١٧ فبراير الليبي, ونسبة ٧,٥% منهم اعتمدوا عليها بدرجة متوسطة, ونسبة ١,٥% منهم اعتمدوا عليها بدرجة منخفضة.

تختلف هذه النتيجة مع **دراسة هبه يحيى عطية ٢٠٠٥(29)** التي وضحت أن الاعتماد على القنوات الإخبارية بدرجة كبيرة بنسبة ٤٨%، ونسبة ٤٨,٥% يعتمدون عليها إلى حد ما، ونسبة ٢,٥% منهم لا يعتمدون عليها إطلاقا، **ودراسة عبد الله الوزان ٢٠١١(30)**التي جاء الاعتماد فيها على القنوات الإخبارية بدرجة كبيرة جدا بنسبة ٨,٥%, ونسبة ٣٢,٨% بدرجة كبيرة , ونسبة ٥٢,٩% منهم يعتمدون عليها إلى حد ما، ونسبة ٣,٩% منهم لا يعتمدون عليها إطلاقا .

١٠-دوافعك من الاعتماد على القناة التي اخترتها كمصدر للمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية

جدول (١٠)

يوضح دوافعك من الاعتماد على القناة التي اخترتها كمصدر للمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية

دوافعك من الاعتماد على القناة التي اخترتها كمصدر للمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية	ن١٩٧	
	ك	%
فهم ما يجري من أحداث سياسية تجاه الثورة الليبية	١٩٢	٩٧,٥
التفاعل مع مجريات الأحداث المتصاعدة إن أمكن ذلك	١٧٦	٨٩,٣
زيادة المعرفة والمعلومات بشكل أكبر من الآخرين	٤٠	٢٠,٣

دوافعك من الاعتماد على القناة التي اخترتها كمصدر للمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية	ن١٩٧	
	ك	%
تساعدني في مناقشة الأحداث السياسية المختلفة مع الآخرين	١٥	٧,٦
تساعدني في تكوين الآراء المختلفة تجاه الأحداث المتلاحقة	٣٩	١٩,٨
الاسترخاء وتمضية الوقت والاستمتاع بالمشاهدة	١٥	٧,٦

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٩٧,٥% من أفراد العينة يعتمدون على القناة التي اخترتها كمصدر للمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية (لفهم ما يجري من أحداث سياسية تجاه الثورة الليبية)، ونسبة ٨٩,٣% منهم يعتمدون عليها (للتفاعل مع مجريات الأحداث المتصاعدة إن أمكن ذلك), ونسبة ٢٠,٣% منهم يعتمدون عليها (لزيادة المعرفة والمعلومات بشكل أكبر من الآخرين), ونسبة ١٩,٨% منهم يعتمدون عليها(لأنها تساعدهم في تكوين الآراء المختلفة تجاه الأحداث المتلاحقة).

وهذه النسب المرتفعة نتيجة طبيعية لوجود البلاد في حرب شعواء لمدة شهور عديدة حيث الأفراد في حاجة لفهم الأحداث التي تقع على أرض الواقع من القنوات الإخبارية التي اختاروها سلفا.

١١- التأثيرات الناتجة عن اعتمادك على القناة التي اخترتها كمصدر للمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية:

جدول (١١)

يوضح التأثيرات الناتجة عن اعتمادك على القناة التي اخترتها كمصدر للمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية

التأثيرات الناتجة عن اعتمادك على القناة التي اخترتها كمصدر للمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية	ن١٩٧	
	ك	%
معرفة أسباب الثورة الليبية	١١٣	٥٧,٤
معرفة معلومات متنوعة عن الثورة الليبية	١٦٥	٨٣,٨
تشكيل الآراء والاتجاهات نحو الثورة الليبية	٦٠	٣٠,٥
تبادل الآراء حول تداعيات الثورة الليبية	٣٧	١٨,٨
التفاعل مع ما يجرى من أحداث ترتبط بالثورة الليبية	٦٧	٣٤
الانضمام إلى الثوار والقتال معهم ضد النظام القائم	١٢٨	٦٥

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٨٣,٨% من أفراد العينة يرون أن التأثيرات الناتجة عن الاعتماد على القناة التي اخترتها كمصدر للمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية هي (معرفة معلومات متنوعة عن الثورة الليبية), ونسبة ٦٥% منهم يرون أنها (الانضمام إلى الثوار والقتال معهم ضد النظام القائم), ونسبة ٥٧,٤% منهم يرون أنها (معرفة أسباب الثورة الليبية للأحداث المختلفة), ونسبة ٣٤% منهم يرون أنها (لتفاعل مع ما يجرى من أحداث ترتبط بالثورة الليبي).

مما يعنى أن كل التأثيرات بنسبها المختلفة تصب في ناحية الثورة بحكم توقيتها وتداعياتها وسيطرتها على مجال الأخبار في دولة ليبيا فلا هم لأحد إلا معرفة المعلومات عن الثورة ١٧ فبراير وكيف صارت المعارك، وما انتهت إليه .

١٢- أهم قالب إذاعي (شكل إخباري) اعتمدت عليه القناة التي اخترتها للحصول على معلوماتك:

جدول (١٢)

يوضح أهم قالب إذاعي (شكل إخباري) اعتمدت عليه القناة التي اخترتها للحصول على معلوماتك

أهم قالب إذاعي (شكل إخباري) اعتمدت عليه القناة التي اخترتها للحصول على معلوماتك	ك	%
نشرات الأخبار	١٥٩	٨٠,٧
موجز الأنباء	٩	٤,٦
البرامج الحوارية	٢	١
الفترات الإخبارية الإذاعية المفتوحة	٢	١
الشريط الإخباري أسفل شاشة القنوات الإخبارية	٧	٣,٦
جميع ما سبق	١٨	٩,١
الجملة	١٩٧	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٥٧% من الشباب أفراد العينة يرون أن أهم قالب إذاعي (شكل إخباري) اعتمدت عليه القناة التي اخترتها للحصول على معلوماتك (نشرات الأخبار) , ونسبة ٩,١% منهم يرون أنه (جميع القوالب) , ونسبة ٤,٦% منهم يرون أنه (موجز الأنباء).

تتفق هذه النتيجة مع الدراسات التالية : دراسة خالد صلاح الدين (٢٠٠٣) (**31**)، ودراسة هبه يحيى عطية (٢٠٠٥) (**32**)، ودراسة سلوى إمام (٢٠٠١) (**33**) ودراسة عبد الله الوزان ٢٠٠٦(**34**) دراسة نوال عسكر ٢٠٠٨(**35**) ودراسة عبد الله الوزان ٢٠١١ (**36**) في احتلال نشرات الأخبار المركز الأول بين سائر المواد الأخرى .

واختلفت مع دراسة أياد محمود سليم البرنيه ٢٠٠٥(**37**)في حصول مواجيز الأخبار على المركز

الأول والنشرات الإخبارية على المركز الثاني.

١٣- أسباب اعتمادك على هذا القالب إذاعي كمصدر للمعلومات عن ثورة ١٧ فبراير الليبية:

جدول (١٣)

يوضح أسباب اعتمادك على هذا القالب إذاعي كمصدر للمعلومات عن ثورة ١٧ فبراير الليبية

أسباب اعتمادك على هذا القالب إذاعي كمصدر للمعلومات عن ثورة ١٧ فبراير الليبية	ن١٩٧	
	ك	%
أثق فيما يعرضه من أخبار بدرجة كبيرة	٤٩	٢٤,٩
ينقل الأحداث فور وقوعها	٩٠	٤٥,٧
الصورة المصاحبة للنص الإخباري	٥٨	٢٩,٤
يغطى الأحداث المتعلقة بالثورة الليبية بصورة متعمقة	١١٢	٥٦,٩
الدقة والوضوح في نقل الأخبار	٦٠	٣٠,٥
لا أفضل استخدام الوسائل الأخرى	٣٧	١٨,٨

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٥٦,٩% من أفراد العينة اعتمدوا على هذا القالب الإذاعي كمصدر للمعلومات عن ثورة ١٧ فبراير الليبية لأنه (يغطى الأحداث المتعلقة بالثورة الليبية بصورة متعمقة), ونسبة ٤٥,٧% منهم اعتمدوا على هذا القالب لأنه (ينقل الأحداث فور وقوعها), ونسبة ٣٠,٥% منهم اعتمدوا على هذا القالب لأنه يغلب عليه (الدقة والوضوح في نقل الأخبار المختلفة), ونسبة ٢٩,٤% منهم اعتمدوا على هذا القالب لأن به (الصورة مصاحبة للنص الإخباري).

اختلفت هذه النسب مع دراستي دراسة هبه يحيى عطية ٢٠٠٥**(38)**ودراسة عبد الله الوزان٢٠١١**(39)** .

الباحث يتفق مع هذا السرد في أن النشرات الإخبارية هي أم الأشكال الإخبارية، وأنها تسيطر على نسبة كبيرة من المشاهدين في مختلف الأعمار خاصة القنوات الإخبارية .

١٤- مدى تغطية القناة التي اخترتها للموضوعات والأحداث السياسية والعسكرية المتعلقة بثورة ١٧ فبراير الليبية

جدول (١٤)

يوضح مدى تغطية القناة التي اخترتها للموضوعات والأحداث السياسية والعسكرية المتعلقة بثورة ١٧ فبراير الليبية

مدى تغطية القناة التي اخترتها للموضوعات والأحداث السياسية والعسكرية المتعلقة بثورة ١٧ فبراير الليبية	ك	%
غطتها بصورة كاملة	١٥٠	٧٦,١
غطتها بصورة متوسطة	٣٣	١٦,٨
غطتها بصورة قليلة	٨	٤,١

مدى تغطية القناة التي اخترتها للموضوعات والأحداث السياسية والعسكرية المتعلقة بثورة ١٧ فبراير الليبية		
	ك	%
غطت بعض جوانبها فقط	٣	١,٥
لم تغطها	٣	١,٥
الجملة	١٩٧	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٧٦,١% من أفراد العينة يرون تغطية القناة التي اخترتها للموضوعات والأحداث السياسية والعسكرية المتعلقة بثورة ١٧ فبراير الليبية (بصورة كاملة), ونسبة ١٦,٨% منهم يرون أنها غطتها (بصورة متوسطة).

تختلف هذه النتيجة مع دراسة عبد الله الوزان ٢٠٠٦**(40)** فقد جاءت التغطية متوسطة ثم كاملة ثم لم تغطها .

١٥- مدى إتاحة القناة التي اخترتها مساحة زمنية كافية لتغطية أحداث ثورة ١٧ فبراير الليبية:

جدول (١٥)

يوضح مدى إتاحة القناة التي اخترتها مساحة زمنية كافية لتغطية أحداث ثورة ١٧ فبراير الليبية

مدى إتاحة القناة التي اخترتها مساحة زمنية كافية لتغطية أحداث ثورة ١٧ فبراير الليبية		
	ك	%
كافية	١٢٦	٦٤
كافية إلى حد ما	٥٠	٢٥,٤
لا اعرف	٧	٣,٥

مدى إتاحة القناة التي اخترتها مساحة زمنية كافية لتغطية أحداث ثورة ١٧ فبراير الليبية	ك	%
غير كافية	١٤	٧,١
الجملة	١٩٧	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٦٤% من أفراد العينة يرون إتاحة القناة التي اخترتها مساحة زمنية كافية لتغطية أحداث ثورة ١٧ فبراير الليبية, ونسبة ٢٥,٤% منهم يرون إتاحة القناة التي اخترتها مساحة زمنية كافية إلى حد ما لتغطية أحداث ثورة ١٧ فبراير الليبية.

١٦- مدى مساهمة القناة الإخبارية التي اخترتها في زيادة معلوماتك عن أحداث ثورة ١٧ فبراير الليبية والإلمام بكافة تفاصيلها.

جدول (١٦)

يوضح مدى مساهمة القناة الإخبارية التي اخترتها في زيادة معلوماتك عن أحداث ثورة ١٧ فبراير الليبية والإلمام بكافة تفاصيلها

مدى مساهمة القناة الإخبارية التي اخترتها في زيادة معلوماتك عن أحداث ثورة ١٧ فبراير الليبية والإلمام بكافة تفاصيلها	ك	%
ساهمت بدرجة كبيرة جدًا	١١٢	٥٦,٩
ساهمت بدرجة كبيرة	٦١	٣١
ساهمت إلى حد ما	١٥	٧,٦
نادرًا ما ساهمت	٦	٣
لم تساهم	٣	١,٥
الجملة	١٩٧	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٥٦,٩% من أفراد العينة يرون أن القناة الإخبارية التي اخترتها، ساهمت بدرجة كبيرة جدًا في زيادة معلوماتك عن أحداث ثورة ١٧ فبراير الليبية والإلمام بكافة تفاصيلها, ونسبة ٣١% منهم يرون أن القناة الإخبارية التي اخترتها، ساهمت بدرجة كبيرة في زيادة معلوماتك عن أحداث ثورة ١٧ فبراير الليبية والإلمام بكافة تفاصيلها, ونسبة ٧,٦% منهم يرون أن القناة الإخبارية التي اخترتها، ساهمت إلى حد ما في زيادة معلوماتك عن أحداث ثورة ١٧ فبراير الليبية والإلمام بكافة تفاصيلها.

-اتفقت هذه النتيجة مع دراسة عبد الله الوزان ٢٠١١**(41)** فقد جاءت بنفس الترتيب كما بالبحث الحالي

١٧- أهم المصادر الأخرى في حصولك على المعلومات ومتابعة الأحداث المتعلقة بثورة ١٧ فبراير الليبية:

جدول (١٧)

يوضح المصادر الأخرى في حصولك على المعلومات ومتابعة الأحداث المتعلقة بثورة ١٧ فبراير الليبية

المصادر الأخرى في حصولك على المعلومات ومتابعة الأحداث المتعلقة بثورة ١٧ فبراير الليبية	ن١٩٧		المتوسط	الترتيب
	ك	%		
١- الإنترنت	٧	٣,٦	٠,٠٤	٧
٢- القنوات الفضائية العربية	١٦٥	٨٣,٨	٠,٨٠	١
٣- القنوات الفضائية المصرية	٢٣	١١,٧	٠,١٢	٥
٤- الإذاعات العربية)	٤٦	٢٣,٤	٠,٢٣	٣
٥- الإذاعات الأجنبية	٣٦	١٨,٣	٠,١٨	٤

المصادر الأخرى في حصولك على المعلومات ومتابعة الأحداث المتعلقة بثورة ١٧ فبراير الليبية	ن١٩٧		المتوسط	الترتيب
	ك	%		
٦- الإذاعات المصرية	١٦	٨,١	٠,٠٨	٦
٧- الصحف العربية :)	٢	١	٠,٠١	٨
٨- الصحف الأجنبية	٢	١	٠,٠١	٨
٩- المجلات العربية	٢	١	٠,٠١	٨
١٠- إذاعة مصراته المحلية....	٦٠	٣٠,٥	٠,٣٠	٢

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٨٣,٨% من أفراد العينة يرون أن أهم المصادر الأخرى في حصولك على المعلومات ومتابعة الأحداث المتعلقة بثورة ١٧ فبراير الليبية هي (القنوات الفضائية العربية), ونسبة ٣٠,٥% منهم يرون أنها (إذاعة مصراته المحلية), ونسبة ٢٣,٤% منهم يرون أنها (الإذاعات العربية), ونسبة ١٨,٣% منهم يرون أنها (الإذاعات الأجنبية).

- وقد اتفقت هذه النتيجة مع **دراسة محمود أحمد مزيد٢٠٠٥(42)** في حصول القنوات الفضائية العربية العامة على المركز الأول كمصدر آخر للحصول على المعلومات.

- واختلفت هذه النتيجة مع دراسة هاني إبراهيم البطل ٢٠٠٠**(43)**و دراسة جيهان يسرى ٢٠٠٢**(44)**و دراسة هبة يحيى عطية ٢٠٠٥**(45)**

فروض البحث:

الفرض الأول :توجد علاقة طردية بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على القنوات الإخبارية العربية ومعلوماتهم حول ثورة ١٧ فبراير الليبية.

جدول (١٨)

يوضح علاقة بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على القنوات الإخبارية العربية ومعلوماتهم حول ثورة ١٧ فبراير الليبية

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
درجة اعتماد الشباب الجامعي على القنوات الإخبارية العربية	٢,٩	٠,٣٥				
ومعلوماتهم حول ثورة ١٧ فبراير الليبية	٤,٤	٠,٨٧	٠,٦٤١**	طردي	قوي	٠,٠١

يتضح من الجدول السابق :

-توجد علاقة طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على القنوات الإخبارية العربية ومعلوماتهم حول ثورة ١٧ فبراير الليبية, حيث كانت قيم(ر> ٠,٦) دالة عند مستوى دلالة ٠,٠١.

اتفقت هذه النتيجة مع **دراسة نوال عسكر٢٠٠٨(46)** على وجود علاقة ارتباطيه بين مشاهدة الجمهور للقنوات الإخبارية العربية ودرجة اعتماده عليها كمصادر هامة للمعرفة.

الفرض الثاني :

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم تعرض الشباب الجامعي للقنوات الإخبارية العربية وبين زيادة معلوماتهم حول ثورة ١٧ فبراير الليبية.

جدول (١٩)

يوضح علاقة بين حجم تعرض الشباب الجامعي للقنوات الإخبارية العربية وبين زيادة معلوماتهم حول ثورة ١٧ فبراير الليبية

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
حجم تعرض الشباب الجامعي للقنوات الإخبارية العربية	٢,٨	١,١٤٤				
وزيادة معلوماتهم حول ثورة ١٧ فبراير الليبية	٤,٤	٠,٨٧	٠,٤٥٢**	طردي	متوسط	٠,٠١

يتضح من الجدول السابق : توجد علاقة طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب الجامعي للقنوات الإخبارية وبين زيادة معلوماتهم حول ثورة ١٧ فبراير الليبية, حيث كانت قيم(٠,٣<ر< ٠,٦) دالة عند مستوى دلالة ٠,٠١.

الفرض الثالث : توجد علاقة دالة إحصائيًا بين المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين(النوع - التخصص – الفرقة) وبين كثافة التعرض للقنوات الإخبارية العربية في تزويد الشباب الجامعي بالمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية.

٣(أ) الفروق بين الذكور والإناث في كثافة التعرض للقنوات الإخبارية العربية:

جدول (٢٠)

يوضح قيمة (ت)لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث في كثافة التعرض للقنوات الإخبارية

الجنس / المتغير	ذكور(ن=١٠٠)		إناث(ن=١٠٠)		ت	الدلالة د.ح١٩٨
	م	ع	م	ع		
كثافة التعرض للقنوات الإخبارية العربية	٢,٨	١,٠٧	٢,٩	١,٢٢	-٠,٥٩١	٠,٥٥٥ غير دالة

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في كثافة التعرض للقنوات الإخبارية العربية, حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى ٠,٠٥.

تختلف هذه النتيجة مع **دراسة سعاد محمد المصري ٢٠١٢ (47)**

٣(ب) الفروق بين الكليات النظرية والكليات العملية في كثافة التعرض للقنوات الإخبارية العربية:

جدول (٢١)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات

الفروق بين الكليات النظرية والعملية

في كثافة التعرض للقنوات الإخبارية العربية

التخصص / المتغير	النظرية (ن=١٠٠)		العملية (ن=١٠٠)		ت	الدلالة د.ح١٩٨
	م	ع	م	ع		
كثافة التعرض للقنوات الإخبارية العربية	٢,٩	١,٢١	٢,٥	١,٠٨	٢,١١٤	٠,٠١

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طلاب الكليات العملية وطلاب الكليات النظرية في كثافة التعرض للقنوات الإخبارية العربية لصالح طلاب الكليات النظرية, حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى ٠,٠١.

تتفق هذه النتيجة مع **دراسة سعاد محمد المصري ٢٠١٢ (48)**

٣(ج)- الفروق بين الفرق الدراسية في كثافة التعرض للقنوات الإخبارية العربية:

جدول (٢٢)

يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في كثافة التعرض للقنوات الإخبارية العربية باختلاف الفرقة الدراسية

الفروق تبعا إلى	البيان	مجموع الدرجات	د . ح	متوسط	ف	الدلالة
كثافة التعرض للقنوات الإخبارية العربية	بين مجموعات	٧١,٠٩٥	٣	٢٣,٦٩٨	٢٢,١٧١	٠,٠٠١
	داخل	٢٠٩,٥٠٠	١٩٦	١,٠٦٩		
	مجموع	٢٨٠,٥٩٥	١٩٩			

يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف الفرق الدراسية في كثافة التعرض للقنوات الإخبارية العربية, حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠,٠٠١.

تختلف هذه النتيجة مع دراسة **سعاد محمد المصري ٢٠١٢(49)**

جدول (٢٣)

نتائج اختبار LSD لدلالة الفروق الثنائية بين جامعة مصراته في كثافة التعرض للقنوات الإخبارية العربية

المجموعات		ن	المتوسط	الانحراف المعياري	الفرقة الأولى	الفرقة الثانية	الفرقة الثالثة	الفرقة الرابعة
كثافة التعرض للقنوات الإخبارية العربية	الفرقة الأولى	٥٠	٢,١	٠,٨٧		-٠,١٠٠٠٠	-١,١٢٠٠٠*	-١,١٦٠٠٠*
	الفرقة الثانية	٥٠	٢,٢	٠,٧٩			-١,٢٢٠٠٠*	-١,١٦٠٠٠*
	الفرقة الثالثة	٥٠	٣,٤	١,٣١				٠,٠٤٠٠٠

المجموعات		ن	المتوسط	الانحراف المعياري	الفرقة الأولى	الفرقة الثانية	الفرقة الثالثة	الفرقة الرابعة
	الفرقة الرابعة	٥٠	٣,٣	١,٠٨				
	جملة	٢٠٠	٢,٨	١,١٩				

من خلال الجدول السابق يتبين :وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الفرقة الأولى وطلاب الفرقة الثالثة في كثافة التعرض للقنوات الإخبارية العربية لصالح طلاب الفرقة الثالثة عند مستوى ٠,٠٥, ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الفرقة الأولى وطلاب الفرقة الرابعة في كثافة التعرض للقنوات الإخبارية العربية لصالح طلاب الفرقة الرابعة عند مستوى ٠,٠٥ .

ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الفرقة الثانية وطلاب الفرقة الثالثة في كثافة التعرض للقنوات الإخبارية العربية لصالح طلاب الفرقة الثالثة عند مستوى ٠,٠٥, ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الفرقة الثانية وطلاب الفرقة الرابعة في كثافة التعرض للقنوات الإخبارية العربية لصالح طلاب الفرقة الرابعة عند مستوى ٠,٠٥ .

ملخص أهم نتائج الدراسة الميدانية :

١- يتضح من نتائج الدراسة أن نسبة ٤٣,٥% من الشباب أفراد العينة البالغ عددهم ٢٠٠ مبحوث يشاهدون القنوات الإخبارية العربية (دائما), ونسبة ٥٥% منهم يشاهدونها (أحيانا)، ونسبة ١,٥% لا يشاهدونها.

٢- يتضح من نتائج الدراسة أن نسبة ٩٠,٩% من أفراد العينة يفضلون مشاهدة قناة الجزيرة الإخبارية للحصول على معلوماتهم

أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية, ونسبة ٦٥,٥% منهم يفضلون مشاهدة قناة العربية, ونسبة ٥٦,٩% منهم يفضلون مشاهدة قناة BBCArabic, ونسبة ٢٥,٩% منهم يفضلون مشاهدة قناة النيل الإخبارية .

٣- يتضح من نتائج الدراسة أن نسبة ٧٣,٦% من الشباب أفراد العينة اعتمدوا على قناة الجزيرة للحصول على معلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية, ونسبة ١٩,٨% منهم اعتمدوا على قناة العربية, ونسبة ٦,٦% منهم اعتمدوا على قناة BBCArabic.

٤- يتضح من نتائج الدراسة أن نسبة ٩٧,٥% من أفراد العينة يعتمدون على القناة التي اخترتها كمصدر للمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية لفهم ما يجري من أحداث سياسية تجاه الثورة الليبية, ونسبة ٨٩,٣% منهم يعتمدون عليها للتفاعل مع مجريات الأحداث المتصاعدة إن أمكن ذلك, ونسبة ٢٠,٣% منهم يعتمدوا عليها لزيادة المعرفة والمعلومات بشكل أكبر من الآخرين, ونسبة ١٩,٨% منهم يعتمدون عليها، لأنها تساعدنهم في تكوين الآراء المختلفة تجاه الأحداث المتلاحقة.

٥- يتضح من النتائج أن نسبة ٥٦,٩% من أفراد العينة يرون أن القناة الإخبارية التي اخترتها، ساهمت بدرجة كبيرة جدًا في زيادة معلوماتك عن أحداث ثورة ١٧ فبراير الليبية والإلمام بكافة تفاصيلها, ونسبة ٣١% منهم يرون أن القناة الإخبارية التي اخترتها، ساهمت بدرجة كبيرة في زيادة معلوماتك عن أحداث ثورة ١٧ فبراير الليبية والإلمام بكافة تفاصيلها, ونسبة ٧,٦%

منهم يرون أن القناة الإخبارية التي اخترتها، ساهمت إلى حد ما في زيادة معلوماتك عن أحداث ثورة ١٧ فبراير الليبية والإلمام بكافة تفاصيلها.

٦- توجد علاقة طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على القنوات الإخبارية العربية ومعلوماتهم حول ثورة ١٧ فبراير الليبية, حيث كانت قيم(ر> ٠,٦) دالة عند مستوى دلالة ٠,٠١.

٧- توجد علاقة طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب الجامعي للقنوات الإخبارية العربية وبين زيادة معلوماتهم حول ثورة ١٧ فبراير الليبية, حيث كانت قيم(٠,٣<ر< ٠,٦) دالة عند مستوى دلالة ٠,٠١.

٨- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طلاب الكليات العملية وطلاب الكليات النظرية في كثافة التعرض للقنوات الإخبارية العربية لصالح طلاب الكليات النظرية

٩- يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف الفرق الدراسية في كثافة التعرض للقنوات الإخبارية العربية, حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠,٠٠١.

خامس عشر : توصيات البحث :

بناء على نتائج فروض البحث يمكن وضع بعض التوصيات التالية :

١- نظرا لوجود علاقة طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على القنوات الإخبارية العربية

ومعلوماتهم حول ثورة ١٧ فبراير الليبية ووجود علاقة طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب الجامعي للقنوات الإخبارية العربية وبين زيادة معلوماتهم حول ثورة ١٧ فبراير الليبية, يجب على الحكومة الليبية أومن بيده الأمر في البلاد أن يقوموا بإنشاء قناة إخبارية فضائية ليبية تخص الشأن الليبي الداخلي والخارجي تناقش معظم القضايا الخارجية لتكون نافذة لليبيا على العالم الخارجي وتكون همزة الوصل لربط ليبيا بالعالم أجمع، وأن تكون القناة على مستوى عال من التقنية والمهنية حتى تغطى الندرة الواضحة في القنوات الفضائية الليبية وإتاحة الفرصة للشباب الجامعي للتعبير عن آرائهم بكل حرية بالقناة الإخبارية المقترح إنشائها.

٢- نتيجة لوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طلاب الكليات العملية وطلاب الكليات النظرية في كثافة التعرض للقنوات الإخبارية العربية لصالح طلاب الكليات النظرية، يجب عمل دورات وندوات لطلاب الكليات العملية لتوعية وتثقيف الشباب بأهمية معرفة قضايا الوطن الداخلية والخارجية، والتركيز من خلال هذه الندوات على أهمية دور الشباب ودوره الأساسي في المشاركة السياسية ومن ثم تنمية مجتمعه.

٣- تطوير الفضائيات الليبية الموجودة بتدريب الكوادر الإعلامية الليبية داخل ليبيا على يد مدربين من خارج ليبيا أو إيفادهم لدول أخرى متقدمة في الإعلام الدولي حتى يصبح لديهم رؤية إعلامية

واضحة تعود بالنفع على الفضائيات للارتقاء بها وجعلها في مصاف الدول المتقدمة.

*** ***

الهوامش

1- McQuail ،Denis ،Mc Quail's.(2010). Mass Communication Theory ،6th ed. **(London:Sage Publications Ltd.)**

٢- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد(٢٠٠٣).**الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط٤، (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية)، ص: ٣٦٦-٣٨٣.

٣- سعاد محمد المصري. دور وسائل الإعلام في تزويد الشباب الجامعي ببعض المفاهيم السياسية بعد أحداث ثورة ٢٥ يناير المصرية **في : مجلة دراسات الطفولة**، (القاهرة : جامعة عين شمس – معهد الطفولة، يناير ٢٠١٢ م) ص٢٤٧.

٤- عبد الله عبد الله محمد الوزان. دور نشرات الأخبار في قناتي الجزيرة الإخبارية وCNN في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضية الفلسطينية، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، (القاهرة : جامعة عين شمس – معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١١) ص:٢٤٥-٢٤٧.

٥- هالة إبراهيم عوض درويش . إدراك عينة من الشباب الجامعي لبعض المفاهيم السياسية من خلال متابعة بعض البرامج الإخبارية بالقنوات الإخبارية المتخصصة، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (القاهرة : جامعة عين شمس – معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٧) ص ٣٤٥.

٦- نوال عسكر . استخدام الجمهور في دولة الإمارات العربية المتحدة للقنوات الإخبارية العربية وتأثيرها على اتجاهاتهم نحو القضايا العربية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (القاهرة : جامعة القاهرة – كلية الإعلام، ٢٠٠٨م) ص ١٣٣.

٧- هالة كمال نوفل . دور القنوات الفضائية العربية في دعم القيم والقضايا القومية : دراسة ميدانية على عينة من الجمهور في محافظة قنا **في : المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، العدد الأول، المجلد السادس، (القاهرة : جامعة القاهرة – كلية الإعلام، يناير – يونيه ٢٠٠٥) ص:٣٢٥-٣٤٥.

٨- إيمان السيد جمعة رمضان . دور القنوات الفضائية الإخبارية في إمداد المراهقين بالمعلومات عن الأحداث الجارية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (القاهرة : جامعة عين شمس – معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٧) ص ٢٢٦.

٩- محمود أحمد مزيد . اعتماد المراهقين على القنوات الإخبارية في متابعة الأحداث والقضايا السياسية **في : المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، (القاهرة : جامعة القاهرة – كلية الإعلام، العدد الثاني، يوليو – ديسمبر ٢٠٠٥م) ص:٢٩٩-٣٠٥.

١٠- أياد محمود سليم البرنيه . استخدامات الشباب الجامعي الفلسطيني في قطاع غزة للقنوات الإخبارية الفضائية العربية وعلاقتها بمستوى المعرفة بالقضايا العربية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (القاهرة : جامعة عين شمس – كلية الآداب، سبتمبر ٢٠٠٥م) ص ١٢٣ .

١١- محمد عبد الوهاب الفقيه . العلاقة بين الاعتماد على القنوات التليفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية في المجتمع اليمنى، **رسالة دكتوراه غير منشورة، (**القاهرة : جامعة القاهرة – كلية الإعلام، ٢٠٠٢**)**ص ٢٧ .

12- Eveland, William P.& Scheufele, Dietram. Connecting News Media Use with Knowledge and participation, in : **Political Communication**, Vol:17, No.1,2000, PP.215-237.

13- Richard C. Vincent and Basil D. Michael, College Students News Gratification, Media Use and Current Event Knowledge, **Journal of Broadcasting and Electronic Media**, Vol.41, No3, 1997 PP.380-393..

١٤- سعاد محمد المصري، **مرجع سابق**، ص ٢٥٦.

١٥- محمود أحمد مزيد، **مرجع سابق**، ص ٣٠٧.

١٦- عبد الله الوزان، **مرجع سابق**، ص ٢٤٣.

١٧- أياد محمود سليم البرنيه، **مرجع سابق**، ص١٢٧

١٨- محمود أحمد مزيد، **مرجع سابق**، ص ٣٠٨.

١٩- هالة كمال نوفل، **مرجع سابق**، ص ٣٤٧.

٢٠- إيمان السيد جمعة رمضان، **مرجع سابق**، ص٢٢٨.

٢١- هالة إبراهيم عوض درويش، **مرجع سابق، ص ٣٤٧.**

٢٢- عبد الله الوزان، **مرجع سابق**، ص٣٠١ .

٢٣- محمد عبد الوهاب الفقيه، **مرجع سابق**، ص١٣٣.

٢٤- نوال عسكر، **مرجع سابق**، ٢٢١ .

٢٥- عبد الله عبد الله محمد الوزان. موقف المراهقين من قناة النيل للأخبار في متابعة الصراع العربي الإسرائيلي، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (القاهرة : جامعة عين شمس – معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٦) ص ٣٣٣ .

٢٦- عبد الله الوزان ٢٠١١، **مرجع سابق**، ص٣٥٥ .

٢٧- محمود أحمد مزيد، **مرجع سابق**، ص٣١١ .

28- Ragaa, Marwa. " War, Meddia and Public Opinion : Al-Jazeera's Role in the Recer Israeili Conflict'. , **M.A**, (Cairo : The American University, 2002) PP.٢١٤-٢٢٢.

٢٩- هبة يحيى عطية ." المعالجة الإخبارية للقضية الفلسطينية في وسائل الإعلام في قناة TV5 الدولية، وقناة الجزيرة القطرية"، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، دراسة تحليلية وميدانية، (القاهرة : جامعة القاهرة – كلية الإعلام، ديسمبر ٢٠٠٥) ص:٣٢٥-٣٣٤.

٣٠- عبد الله الوزان ٢٠١١، **مرجع سابق**، ص٤٠١ .

٣١- خالد صلاح الدين. دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف اتجاهات الرأي العام المصري نحو الإرهاب: مدخل تكاملي **في: المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، (القاهرة: جامعة القاهرة – كلية الإعلام، العدد العشرون، يوليو–سبتمبر٢٠٠٣م)ص:٢٢٦-٢٤٩.

٣٢- هبة يحيى عطية، **مرجع سابق**، ص٤١٢ .

٣٣- سلوى إمام .أنماط مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية **في : بحث مقدم للمؤتمر العلمي الثانوي السابع، الإعلام وحقوق الإنسان العربي**، الجزء الثاني، مايو ٢٠٠١، ص ٤٢٣.

٣٤- عبد الله الوزان ٢٠٠٦، **مرجع سابق**، ص٣٣٩ .

٣٥- نوال عسكر، **مرجع سابق**، ص٢٢٧ .

٣٦- عبد الله الوزان ٢٠١١، **مرجع سابق**، ص٤٣٢ .

٣٧- أياد محمود سليم البرنيه، **مرجع سابق**، ص١٣٥ .

٣٨- هبة يحيى عطية، **مرجع سابق**، ص٤٠٧ .

٣٩- عبد الله الوزان ٢٠١١، **مرجع سابق**، ص٤٤١ .

٤٠- عبد الله الوزان ٢٠٠٦، **مرجع سابق**، ص٣٤١ .

٤١- ٤١ – عبد الله الوزان ٢٠١١، **مرجع سابق**، ص٤٤٥ .

٤٢- محمود أحمد مزيد، **مرجع سابق**، ص٣٣٨ .

٤٣- هاني إبراهيم البطل . " مدى اعتماد المراهقين على البرامج الإخبارية بالتليفزيون المصري في الحصول على المعلومات "، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (القاهرة : جامعة عين شمس – معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٠م)، ص٣٣٦ .

٤٤- جيهان يسرى . اتجاهات الإعلاميين نحو تغطية الإعلام المصري لأحداث الإرهاب، **في : المؤتمر العلمي الثامن لكلية الإعلام**، (القاهرة : جامعة القاهرة – كلية الإعلام، مايو ٢٠٠٢) ص ٥٩٩ – ٦٩٣.

٤٥- هبة يحيى عطية، **مرجع سابق**، ص٤٠٥ .

٤٦- نوال عسكر، **مرجع سابق**، ص٢٣٥ .

٤٧- سعاد محمد المصري، **مرجع سابق**، ص٢٥٦ .

٤٨- سعاد محمد المصري، **مرجع سابق**، ص٢٩٨ .

٤٩- سعاد محمد المصري، **مرجع سابق**، ص٣٢٠ .

()()() ()()()

الدراسة الثانية بعنوان :

مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي لدي الشباب الجامعي السعودي

دكتور / عبد الله الوزان

جامعة الحدود الشمالية – المملكة العربية السعودية

ملخص الدراسة

تهدف الدراسة بشكل رئيسي على التعرف على مدى مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي السعودي، ومدى وعي هؤلاء الشباب بمفهوم المصداقية للمحتوى المنشور فيها.

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح والذي تم فيه مسح عينة من الشباب الجامعي السعودي (ذكور– إناث) .

وقد تم استخدام صحيفة استبيان للعينة محل الدراسة لتحقيق أهداف الدراسة وتساؤلاتها وذلك للتعرف على مدى مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي عند الشباب السعودي، وقد اعتمدت الدراسة على مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام، والعناصر المكونة لمفهوم المصداقية.

هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى لرصد وتوصيف طبيعة تعرض الشباب الجامعي السعودي لوسائل التواصل الاجتماعيومدى وعيهم بمفهوم المصداقية والعناصر المكونة له، وتقييمهم لمدى مصداقية ما ينشر من مضمون في وسائل التواصل الاجتماعي.

يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب الجامعي لجامعة الحدود الشمالية بمدينة عرعر التابعة لدولة المملكة العربية السعودية، **وقد** تم سحب عينة عشوائية بسيطة من (٢٠٠) مبحوث (ذكور – إناث) من عمادة السنة التحضيرية والدراسات المساندة بمدينة عرعر بشطريها البنين والبنات، ١٠٠مبحوث ذكور– ١٠٠مبحوثة إناث في عمر واحد تقريبا ١٩ عام .

وقد خرجت الدراسة بالعديد من النتائج أهمها :

-نسبة معدل الثقة للشباب في مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي كان مرتفعا بالنسبة لتوتير والذي يثق به معظم أفراد العينة، أما الفيس بوك واليوتيوب فمعدل الثقة فيهما منخفض أو ضعيفا خاصة اليوتيوب.

-تبين أن توتير أكثر وسائل التواصل الاجتماعي اعتمادا وشمولية وانتشارا بين الشباب السعودي تلاه الفيس بوك ثم اليوتيوب.

-عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار.

ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية:

The credibility of the means of social communication in the point of Saudi university students

The study mainly aims to identify the extent of the credibility of the means of social communication Saudi university students' point of view, and the awareness of these young people to the concept of credibility to the content of these means.

This study is based on survey method, which was a sample of Saudi university students (males – female).

To achieve the objectives of the study and its questions and to identify the extent of the credibility of the means of

social communication at the Saudi youth, a questionnaire was used for the sample under study. The study relied on the media, and the constituent elements of the concept of credibility.

This study is a descriptive study that seeks to monitor and characterize the nature of the Saudi university students subjected to the means of social communication and the extent of their awareness of the concept of credibility and its constituent elements, and their assessment of the credibility of the content of what is published in social media.

The study includes university students of the University of the Northern Border in the city of Arar belonging to the Kingdom of Saudi Arabia. A random simple sample of (200) students has been selected (males - females) of the Deanship of the Preparatory Year and supportive studies; 100 males - 100 females aging almost 19 years.

The study came up with many important results:

- Comparing to Facebook and Youtube, Twitter was the most confidential means of social communication. Youtube was the least to be trusted.
- It turned out that Twitter was the most comprehensive and reliable means of social communication among Saudi students, followed by Facebook then Youtube.
- No statistical significant differences between males and females in the credibility of the means of social communication to transfer news

*** ***

الدراسة الثانية :

مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي لدي الشباب الجامعي السعودي دراسة ميدانية

دكتور / عبد الله الوزان

جامعة الحدود الشمالية – المملكة العربية السعودية

مقدمة :

يعتمد العالم أجمع الآن على عصر المعلومات، عصر التكنولوجيا الرقمية، عصر الإعلام الجديد الذي لا يسمح فيه بالقديم، فمع تنامي الأفراد على الإنترنت كسمة من سمات العصر الحديث، ظهرت وسائل التواصل الاجتماعي والتي أحدثت ثورة معلوماتية ضخمة لا يزال آثارها حتى وقتنا هذا من عام ٢٠١٥ منها (الفيس بوك – توتير – اليوتيوب– اكسنج– ماى سبيس– لايف بوون– هاى لايف– أوركت– تاجد)، والتي بلغ مستخدميها ملايين البشر في جميع أنحاء المعمورة، لكن هل تتوافر في هذه الوسائل المصداقية إزاء ما ينشر فيها من صور وأخبار وفيديوهات ورسومات وتعليقات؟ .

ينظر الكثير من الناس على أن المعلومات المتوافرة في الإنترنت تتمتع بمصداقية ومرجعية كبيرة لكن الأمر في واقع الحال غير ذلك بل قد يكون عكسه تماما، فليس كل ما يوجد على الإنترنت خاصة في وسائل التواصل

الاجتماعي يتمتع بالمصداقية الكافية ولقد أثارت مصداقية وسائل الإعلام الجديد – وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي – جدلا واسعًا بين الأوساط الأكاديمية والمهنية وعلى المستوى الجماهيري على الرغم من عدم وجود معايير متفق عليها يمكن الاسترشاد بها للحكم على مدى وفعالية ومصداقية مواقع الانترنت بصفة عامة، حيث أن العديد من الأخبار التي تتناقلها هذه الوسائل تكون غير موثقة و غير موضح مصدرها .

ولقياس المصداقية في وسائل الإعلام تم رصد عدة أبعاد لمفهوم المصداقية تتمثل في الدقة والاكتمال والكفاءة و تغطية الحقائق أو الوقائع وعدم التحيز والتوازن في التغطية والعدالة و الموضوعية والأمانة والوثوق في المصدر والمؤسسة الإعلامية(١).

ولقد حدد الباحث الألماني فولفجانج شفايجر في بحثه عن مصداقية الانترنت ست مستويات في تدرج هرمي يمكن استخدامها كمرجع للمصداقية بدءًا من القاعدة المتمثلة في نوع الوسيلة المستخدمة ثم النظم الفرعية في هذه الوسيلة، يليها الإنتاج الإعلامي فالوحدات التحريرية ثم مصدر الحدث أو الفاعل وأخيرًا يأتي على قمة الهرم القائم بالاتصال كالمذيع أو المقدم أو الصحفي(٢).

وبلا أدنى شك ونظرا لتغلغل وسائل التواصل الاجتماعي في مجتمعاتنا العربية، فإن هذه الوسائل تلعب دورا كبيرا ومؤثرا لدى الشباب الجامعي، فالطائفة العظمى من الشباب يتواصلون من خلال هذه الوسائل، لذا يجب على الشباب الجامعي السعودي الذين هم في مرحلة المراهقة المتأخرة عمر ١٩ عاما أن يكونوا أكثر نضجا في اختيار الصالح من هذه الوسائل، وأن يتحروا الدقة والمصداقية في كل ما ينشر، وذلك لانتقاء المعلومات الصادقة والبعد

عن المضمون الكاذب والمضلل حتى يكونوا أفرادا صالحين لأنفسهم ومن ثم يصلح مجتمعهم بهم.

لذا تهتم الدراسة الحالية بمدى مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب السعودي.

أولاً : المشكلة البحثية:

يتميز الإعلام الجديد الآن بأنه سمة العصر الحديث الذي نحياه وهو بلا شك مرتبط ارتباطا وثيقا بالإنترنت، فلا يكون هناك إعلام جديد بدون إنترنت، ويقصد الباحث بالإعلام الجديد هنا وسائل التواصل الاجتماعي والتي تعتبر أكثر انتشارا على مستوى العالم، كما أكدت على ذلك دراسة نشرت على موقع قناة العربية وضحت فيها القناة أن هناك ٧٠ مليون عربي يستخدمون هذه الوسائل، وكذلك من خلال متابعة الباحث لهذه الوسائل واحتكاكه بالطلبة الجامعيين السعوديين وإطلاعه على العديد من الدراسات في هذا الصدد حول وسائل التواصل الاجتماعي، لاحظ أن هذه الوسائل تلقى اهتماما كبيرا من قبل الطلبة الجامعيين وذلك للتعرف من خلالها على أبرز الأحداث والأخبار المختلفة خاصة وسائل التواصل الاجتماعي الأشهر عالميا (الفيس بوك- توتير- اليوتيوب)، فلا يوجد شخص يتفاعل ويرتبط بالإعلام الجديد دون أن يكون عنده حساب على هذه الوسائل مجتمعة أو يكون له حساب واحد لهذه الوسائل وهذا هو الحد الأدنى، لكن المشكلة تكمن في مدى مصداقية هذه الوسائل وهل عندما ينشر شيء فيها يصدق أم لا ؟

هناك حقيقة راسخة الكل يعلمها أن هذه الوسائل لا رقيب عليها، ينشر الأفراد بها ما يشاءون وفي أي وقت يريدون دون تحرى الدقة والمصداقية خاصة مع الأفراد غير المسؤولين، لكن في بعض الأحيان يتم نشر الحقيقة

كاملة فيها، فهذه الوسائل بين هذا وذاك تتأرجح بين المصداقية وعدم المصداقية إزاء ما ينشر فيها من أخبار وصور وفيديوهات ورسومات وتعليقات، وهنا تكمن المشكلة كيف نعرف أن هذا الفيديو أو هذه الصور أو هذا الخبر صحيح أم لا في وسائل التواصل الاجتماعي ؟

لذا فإن هذه الدراسة تسعى لقياس مدى مصداقية ما يعرض في هذه الوسائل، من أخبار أو من صور أو فيديوهات سواء من مصادر إعلامية أومن مصادر فردية غير إخبارية لدى الشباب، وذلك من خلال رصد ما يتعرض له الشباب السعودي خاصة الشباب الجامعي في وسائل التواصل الاجتماعي، ومدى اعتمادهم على ما يقدم فيها من محتوى منشور.

وإزاء هذه المشكلة والتي باتت تؤرق الجميع على كافة المستويات، أصبح من الواجب على كباحث أن ألقى الضوء على هذه المشكلة، ولم يجد الباحث – على حد علمه – أبحاثا كثيرة ناقشت مدى مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة، لذا كان لزاما على الباحث إلقاء الضوء على هذا الأمر، والذي بات يهدد الجميع على الصعيد الداخلي والخارجي، هذا فضلا عن أهمية الفئة المستهدفة وهم الشباب الجامعي.

لذلك بات من الضروري دراسة هذا الموضوع الذي لم يتناوله إلا القليل من الباحثين على –حد علم الباحث – وعليه تتحدد المشكلة البحثية في التساؤل الرئيسي التالي :

ما مدى مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي لدي الشباب الجامعي السعودي ؟

ثانيا أهمية الدراسة :

وتأتى أهمية هذه الدراسة في ضوء ما يلي:

١- تأتى أهمية الدراسة من زيادة الانتقادات الموجهة لوسائل التواصل الاجتماعي في أنها لا تتحرى الدقة والمصداقية تجاه ما ينشر بها من معلومات مختلفة .

٢- ندرة المعلومات المتوفرة عن مصداقية ما ينشر في وسائل التواصل الاجتماعي خاصة في الدراسات العربية حيث أن أغلبها تناولتها من حيث أنماط التعرض و دوافع الاستخدام، دون التعرف على مصداقيتها.

٣- إثراء المكتبات العربية بمعلومات علمية عن الإعلام الجديد بشكل عام وعن وسائل التواصل الاجتماعي بشكل خاص في الوقت الحالي.

٤- تأتى أهمية هذه الدراسة لنشر الوعي بين الجمهور بمفهوم المصداقية ومعاييره ومستوياته خاصة فئة الشباب حتى يستطيعوا تحديد الأخبار الصادقة والصحيحة من تلك الكاذبة التي تضربهم وبالآخرين.

٥- أهمية الكشف عن علاقة الشباب بوسائل التواصل الاجتماعي ومدى مصداقيتها.

٦- أهمية شبكة الانترنت وخطورة دورها في الوقت الراهن على الشباب الجامعي.

ثالثًا أهداف الدراسة :-

تهدف الدراسة بشكل رئيسي على التعرف على مدى مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي السعودي، ومدى وعي هؤلاء الشباب بمفهوم المصداقية للمحتوى المنشور فيها.

وينبثق من الهدف الرئيسي العديد من الأهداف الفرعية :

١- التعرف على مدى وعي الشباب الجامعي السعودي المستخدم للوسائل الاجتماعية بمفهوم المصداقية والعناصر المكونة له .

٢- رصد مدى اعتماد الشباب الجامعي السعودي على وسائل التواصل الاجتماعي ومعرفة المجالات التي يزيد اعتماده عليها فيها .

٣- توصيف علاقة الشباب بوسائل التواصل الاجتماعي في الوقت الراهن من خلال تحديد كثافة الاستخدام و نوع ومصداقية وشمولية وانتشار الوسيلة التي تحظي باهتمام الشباب الجامعي السعودي .

رابعًا : حدود الدراسة : تتمثل حدود البحث في :

- **الحدود الزمنية:** تمثلت في الفترة الزمنية لتطبيق البحث الميداني وهى شهر إبريل عام ٢٠١٥م.

- **الحدود المكانية:** تم تطبيق استمارة الاستبيان على الشباب الجامعي بجامعة الحدود الشمالية – عمادة السنة التحضيرية والدراسات المساندة بمدينة عرعر(بنين- بنات)

- **الحدود الموضوعية** تتمثل في موضوع البحث وهو : مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي السعودي.

خامسا : الإطار النظري للدراسة :

اعتمدت الدراسة على مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام، والعناصر المكونة لمفهوم المصداقية، وفيما يلي شرحًا موجزًا لهما :

أولاً: مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام:

لقد ازداد الاهتمام بهذه النظرية في العقدين الأخيرين نظرًا للتطور التقني الهائل والثورة المعرفية التي نعيشها حيث أشار دينس ماكويل (٢٠١٠) إلى أن وجود الإنترنت وتأثيره المتزايد بإمكانياته المعلوماتية الهائلة واستخداماته المتعددة قد أحدث تطويرًا في البيئة الإعلامية وفي العلاقات التقليدية بين الفرد والنظام الإعلامي، ومن الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحيانا آثارا قوية ومباشرة، وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة(3).

ويمكن القول: إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام هي (نظرية بيئية)، والنظرية البيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيبا عضويا، وهي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة وكبيرة يرتبط كل منها بالآخر ومن ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات، والمفترض أن يكون نظام وسائل الإعلام جزءا هاما من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث، وهذا النظام له علاقة بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى، والعلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها أو مع احد أجزاءها مثل: الصحف- الراديو -التلفزيون- الانترنت(4).

ويرجع أسباب اختيار هذه النظرية لدراسة مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي السعودي إلى ما يلي :

١- تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى وعي الجمهور السعودي المستخدم للوسائل الاجتماعية بمفهوم المصداقية والعناصر المكونة لها، وطبيعة دور هذه الوسائل في تكوين هذا الوعي وهو ما يتفق مع الهدف الرئيسي للنظرية التي تسعى إلى تفسير : لماذا يكون لوسائل الإعلام أحيانًا آثار قوية و مباشرة وأحيانًا تأثيرات ضعيفة على الجوانب المعرفية ؟

٢- تفترض النظرية أن الجمهور سيعتمد على وسائل الإعلام بشكل متزايد لاستقاء المعلومات و الأخبار من أجل تكوين مداركه و معرفة مضامين التوجهات إزاء ما يحدث في المجتمع في أوقات التغير التي يسود فيها الشك و الغموض، لذا تفترض الدراسة أن الأحداث الجارية حاليًا في المملكة العربية السعودية خاصة عاصفة الحزم بقيادة السعودية ضد الحوثيين في اليمن وأهمية أخبارها ستمثل إحدى الحالات التي يعتمد فيها الجمهور أكثر على وسائل الإعلام، و بالنسبة للشباب الجامعي السعودي من المتوقع أن يعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي الذي يستخدمها بصورة كبيرة في الحصول على الأخبار والمعلومات و بالتالي ستكون هذه النظرية مناسبة لأهداف الدراسة.

ثانيًا : العناصر المكونة للمصداقية :

تتمثل أهم هذه العناصر في المفاهيم التالية(5):

١- الموضوعية و التجرد من الأهواء الشخصية .

٢- الصراحة و الشجاعة في إبداء الآراء و المواقف.

٣- معالجة القضايا التي تمس مصالح و اهتمامات الجمهور.

٤- عدم الاستخفاف بعقول الجمهور.

٥- تعددية أبعاد كل عنصر من عناصر الموضوع.

٦- عرض وجهتي النظر.

٧- الاستناد إلى أدلة كالوثائق و الوقائع و النصوص الدينية .

٨- التوازن في عرض الأبعاد و التوازن في عرض وجهتي النظر.

٩- الوضوح في الأفكار والاتجاهات وأساليب العرض.

١٠- الثقة في الوسيلة الإعلامية و مصادرها.

١١- الدقة في إثبات المصادر والتواريخ والأسماء والأرقام والإحصاءات.

١٢- الإلمام بكل عناصر الموضوع.

١٣- الاتساق في المواقف و الآراء.

١٤- فصل الرأي عن المعلومات والوقائع.

سادسا : مراجعة بعض الدراسات السابقة:

دراسة عبد الكريم زياني وآخرون(٢٠١٥) والتي تهدف إلى تحديد الاستخدامات المختلفة للشباب الليبي والبحريني لموقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك ومدى رضاهم النفسي الناتج عن استخدام الفيس بوك وقد توصلت هذه الدراسة لبعض النتائج منها : أن السن عامل مؤثر بنسبة ٠,٠٥فى اختلاف نسبة الرضاء النفسي عند الفئة العمرية المتراوحة ما بين ١٨-٢٠ عاما من الشباب، وتبين الدراسة كذلك أن هناك اختلاف في استخدام الفيس بوك بنسبة ٠,٠٥ويرجع ذلك إلى اختلاف الجنس واختلاف نسبة تأثير الفيس بوك(6).

هدفت دراسة علاء العقاد (٢٠١٤) بالتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم المشاركة السياسية للشباب الفلسطيني وكان من أبرز النتائج إن الحراك السياسي جاء استجابة لدعوات مواقع التواصل الاجتماعي والذي اخذ أشكالا مختلفة منها حضور المؤتمرات واللقاءات السياسية والفعاليات الوطنية المختلفة(7).

ودراسة حنان الشهري(٢٠١٣) والتي هدفت إلى التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيس بوك وتوتير والتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، وكان من أبرز نتائجها :أن من أقوى الأسباب التي دفعت الطالبات لاستخدام الفيس بوك وتوتير هو سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية، وبينت الدراسة كذلك أن هناك آثارا إيجابية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي وآثارا أخرى سلبية أهمها قلة التفاعل الأسرى(8).

أما بالنسبة لمصداقية وسائل التواصل الاجتماعي **نجد دراسة دينا عرابي وبسنت عبد المحسن(٢٠١٢)**والتي هدفت للتعرف على مصداقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعي عند الشباب، وقد توصلت الدراسة إلى ما يلي: أن مواقع الصحف الاجتماعية هي الأكثر مصداقية في نقل المعلومة لدى الشباب بنسبة ٤٧% تلاها توتير واليوتيوب بنسبة متساوية وهى ٢٣% بينما جاء الفيس بوكفي الترتيب الأخير بنسبة ٧%(9).

وقد بينت **دراسة باسرابا (٢٠١٢)** أن وسيلة توتير يتمتع بمصداقية بين مستخدميه و أن الأشخاص الفاعلين والنشطاء عليه يلعبون دورًا مهمًا في

إمداد مستخدمي توتير بالأخبار والمعلومات وشرحها خاصة في الأحداث التي تتسم بالغموض ولا تتوفر عنها أخبار كافية. (10)

ودراسة كيفن وآخرون أجريت على الأخبار المصورة في التلفزيون (٢٠١١) إلى أن مصداقية الأخبار المصورة في التلفزيون لا تتأثر بمصدر الأخبار و إن كانت النتائج قد أشارت إلى أن نسبة من الجمهور تؤكد على ضرورة كتابة مصدر الفيديو الذي يعرض في الأخبار(11).

وبالنسبة لمصداقية الانترنت نجد أن **حنان سليم (٢٠١٠)** قد أوضحت في دراستها أن مصداقية الإنترنت لدى الجمهور عندها جاء في الترتيب الرابع بالنسبة للاتجاهات الحديثة في دراسات وبحوث علاقة الجمهور بالإنترنت، وأن هذه الدراسات تهتم بدراسة مصداقية الإنترنت بشكل عام لدى الجمهور، أي من حيث مدى الثقة في شبكة الإنترنت وما تقدمه بشكل عام، دون أن يتم الربط بين قياس المصداقية في شبكة الإنترنت وما يتعلق بمصداقية الوسائل الإخبارية، وفي هذا الإطار ندرت الدراسات العربية التي تتناول قياس مصداقية الإنترنت بشكل عام(12).

وفي **دراسة أجريت عام (٢٠١٠)** عن أهمية العلاقة بين مصداقية وسائل الإعلام الإخبارية و ارتباطها بالجمهور، تم التوصل إلى ضرورة النظر في حقيقة إن أهمية الصحافة و مصداقيتها كوسيلة إعلامية لقرائها نابع من كون وسائل الإعلام جزء من النسيج الاجتماعي للقراء في حياتهم اليومية. (13).

ودراسة ماتسنجر واندرو (٢٠١٠) التي توصلت إلى أن أغلب مستخدمي الانترنت يعتمدون على آخرين في تقييم مصداقية المصدر من

خلال آراء المجموعة، وكذلك يستخدمون الإرشاد المعرفي بصورة روتينيـــة لتقييم المصداقية(14).

وفي **دراسة لي وبارك (٢٠١٠)** أوضحت النتائج أن استخدام الفيديوهات والميديا المتحركة أدى إلى تزايد ملحوظ في الحكم على الصدق و الشفافية للمضمون بدون الربط بالمصدر(15).

– وكذلك أظهرت نتائج الدراسة التجريبية للباحث ثورسون و آخرون (٢٠١٠) والتي أجريت عن مدى تأثير السياق الذي تعرض فيه القصص الإخبارية في الحكم على مصداقيتها، عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين السياق أو الوسيلة الذي يعرض فيه أخبار الصحف والمصداقية أي أن الوسيلة أو المدونة الالكترونية تؤثر في إدراك مدى مصداقية الأخبار المنشورة سلفاً في وسائل الإعلام. (16).

– أما **دراسة دوتشرمان و ستامب(٢٠١٠)** التي رصدت كيفية حكم مستخدمي الانترنت على مصداقية الوسائل الإلكترونية أشارت نتائجها إلى أن الحكم على مصداقية هذه الوسائل يتم من خلال عدة عوامل مثل السلطة و تصميم الصفحة و دافع المستخدم و المحتوى و التاريخ و المهنية و مدى سهولة استخدام الوسيلة و المعتقدات الشخصية(17).

وفي **دراسة مهربي وآخرون (٢٠٠٩)** فقد رصدت مدى تأثير مصداقية البرامج الإخبارية على توجيه أفكار المشاهدين، وأظهرت النتائج أن السرعة في عرض الأحداث المهمة في النشرات والبرامج الإخبارية تزيد من فعالية الأحداث ومصداقيتها لدى الجمهور، كذلك تبين أن التليفزيون في نقل الأنباء يكون له مصداقية أكثر من الانترنت..(18).

بينما توصلت **دراسة جونسونوويدمان (٢٠٠٩)** إلى أن ضرورة وضع الرابط Hyperlink ومعلومات عن الكاتب حيث يزيد ذلك من مصداقية القصص الإخبارية(19) .

والدراسة التجريبية لبوريسات (٢٠٠٩) التي أوضحت أن مصداقية الوسائل ترتبط بدرجة الانغماس والمعرفة السابقة عن الموضوع ووقت التعرض أكثر من ارتباطها بتمييز المصدر(20).

وأشارت نتائج **دراسة (عزه عبد العظيم ٢٠٠٦)** إلى وجود ثلاثة عوامل تحدد مصداقية الوسائل الإعلامية وأهمها الاهتمام بالمجتمع والثقة في الوسيلة والحرفية في الأداء الإعلامي. كما أشارت الدراسة إلى وجود اختلافات بين الجمهور الإماراتي في تقييمهم لمصداقية وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية كمصادر للأخبار، حيث حظي التليفزيون بالمصداقية يليه الصحف، ثم الإنترنت(21).

وقد توصلت دراسة شونج (٢٠٠٦) إلى أن مصداقية الصحافة و التلفزيون يتم تقييمها من خلال المنفعة الاجتماعية و المهنية والدقة و التوازن بينما نجد مصداقية الأخبار على الانترنت لا تتأثر بعامل المنفعة الاجتماعية(22).

وسعت **دراسة خالد صلاح الدين (٢٠٠٥)** لرصد مستوى مصداقية وسائل الإعلام المصرية فضلاً عن قياس مستوى مصداقية التغطية الإعلامية لعدد من القضايا البارزة على عينة من مستخدمي الإنترنت ووسائل الإعلام الأخرى وتفوقت مصداقية التليفزيون والصحف القومية والحزبية بالمقارنة بمصداقية وسائل الإنترنت(23).

وقد هدفت **دراسة هويدا مصطفى (٢٠٠٣)** إلى معرفة آراء النخبة المصرية حول مصداقية وسائل الإعلام أثناء تغطيتها الإخبارية للحرب على العراق. وأوضحت نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام المصرية تناولت تقارير إخبارية متعارضة حول أحداث الحرب على العراق، في حين حظيت وسائل الإعلام الأجنبية بالمصداقية لتوافر عنصري الشمول والدقة في التغطية الإخبارية وتلتها الفضائيات العربية(24).

بينما أشارت **دراسة "توزاتو" (٢٠٠٢)** التي أجريت في جامعة أوهايو الأمريكية وسعت لقياس مدى خبرة الطلاب بالإنترنت واستخدام الصحف الإلكترونية، والصحف المطبوعة وعلاقة ذلك بالمصداقية واستخدمت هذه الدراسة مقياس مكون من ١٤ عامل لقياس مصداقية الصحف الإلكترونية وهي (الخبرة، الشهرة، الحالية، التكامل، العدالة، الدقة، الثقة بالمصدر، العملية التحريرية، الأطر الإخبارية، العمق، الثقة، الموضوعية، عدم التحيز، التفاعلية) .وأوضحت الدراسة وجود علاقة قوية بين المصداقية وخبرات المبحوثين بالإنترنت والصحف الإلكترونية وقراءة الصحف المطبوعة، ، كما اتضح أن إدراك المبحوثين لمصداقية الصحف الإلكترونية كان مماثلاً للصحف المطبوعة، بينما ارتفعت مصداقية الصحف الإلكترونية(25).

الاستفادة من الدراسات السابقة :

استفاد الباحث من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة بشكل دقيق وبلورة الخطة المنهجية للدراسة والتعرف على المناهج والأدوات المستخدمة، والاختيار الأمثل لمنهج وأداة الدراسة، واستفاد الباحث كذلك من الدراسات السابقة في صياغة الفروض وتساؤلات الدراسة بما يتلاءم مع أهداف الدراسة، كما استفاد منها الباحث في إعداد الاستبيان وتقسيمه.

ويمكن إجمال أهم مؤشرات الدراسات السابقة :

١- اتضح من خلال الدراسات تمتع وسيلة توتير بمصداقية واضحة بالمقارنة بوسائل التواصل الاجتماعي الأخرى كما هو الحال في الدراسة الحالية.

٢- ندرة الدراسات العربية في مجال مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي.

٣- الدراسات الخاصة بمصداقية وسائل الإعلام ومصداقية وسائل التواصل الاجتماعي (سواء الدراسات العربية أو الأجنبية) لم تتوصلا إلى مفهوم محدد للمصداقية، أو وضع مقياس موحد لقياس مصداقية وسائل الإعلام الجديد .

٤- لم تهتم الدراسات بالكشف عن مدى اختلاف مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي فيما بينها، كما أنها لم تهتم بقياسها.

٥- اتجهت الدراسات في السنوات الأخيرة إلى قياس مصداقية الإنترنت بالمقارنة بالوسائل الإعلامية التقليدية الأخرى.

سابعًا : تساؤلات الدراسة :

١- ما كثافة استخدام شبكة الانترنت للشباب الجامعي السعودي أسبوعيا؟

٢- ما أماكن التواصل التي يستخدم الشباب الجامعي السعودي فيها الإنترنت؟

٣- ما معدل استخدام الشباب الجامعي السعودي لوسائل التواصل الاجتماعي؟

٤- ما نوعية وسائل التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب الجامعي نشر أخبارهم بها؟
٥- ما أسباب اعتماد الشباب الجامعي السعودي لوسائل التواصل الاجتماعي ؟
٦- ما مدى مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي في نقل المعلومات؟
٧- ما مدى الثقة في مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي في نقل المعلومات؟
٨- ما مدي شمولية وسائل التواصل الاجتماعي في نقل المعلومات؟
٩- ما أكثر وسائل التواصل الاجتماعي انتشارا؟
١٠- ما أكثر وسائل التواصل الاجتماعي التي يتزايد الاعتماد عليها ؟
١١- ما عناصر المحتوى المؤثرة في تصديق الشباب الجامعي للمضمون المنشور في وسائل التواصل الاجتماعي؟
١٢- ما توقعات الشباب لمستقبل ما ينشر على وسائل التواصل الاجتماعي؟

ثامنًا : فروض الدراسة :

الفرض الأول:

– توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين في نوعية وسائل التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب نشر أخبارهم بها.

الفرض الثاني:

– توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين في مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي في نقل المعلومات.

الفرض الثالث:

- توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين وسائل التواصل الاجتماعي المفضلة و توقعات الشباب لمستقبل ما ينشر على وسائل التواصل الاجتماعي.

الفرض الرابع:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب السعودي لوسائل التواصل الاجتماعي وبين مصداقية هذه الوسائل لديهم في نقل المعلومات.

الفرض الخامس:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوعية وسائل التواصل الاجتماعي التي يفضلها الشباب الجامعي وبين مصداقية هذه الوسائل .

تاسعًا : منهج الدراسة :

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح والذي تم فيه مسح عينة من الشباب الجامعي السعودي (ذكور- إناث) وهذا المنهج يعد الأنسب للدراسة للأسباب التالية: -

- النقص في المعلومات عن البيانات المتعلقة بعلاقة الشباب بوسائل التواصل الاجتماعي.

- حداثة الدراسات حيث لم يتعرض الكثير من الدراسات السابقة لمصداقية وسائل التواصل الاجتماعي.

عاشرًا: أدوات جمع البيانات:

تم استخدام صحيفة استبيان للعينة محل الدراسة لتحقيق أهداف الدراسة وتساؤلاتها وذلك للتعرف على مدى مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي عند الشباب السعودي .

ولتوفير صدق البيانات تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين(*) في ضوء توجيهاتهم تم التعديل في صياغة الأسئلة وإضافة وحذف البعض الآخر وبالتالي تحقق الصدق الظاهري للبيانات .

- كما تم إجراء اختبار قبلي لاستمارة الاستقصاء من خلال تطبيقها على عينة نسبتها 15% أي ما يعادل 30 مفردة من الشباب من الجنسين، وذلك للتأكد من وضوح الأسئلة وسهولة فهمها ومن ثم إعادة صياغة الاستمارة في صورتها النهائية وفقًا لملاحظات المبحوثين.

تم إعادة تطبيق الاستمارة على نفس العينة من المبحوثين وذلك بعد مضي أسبوعين تقريبًا من تطبيق الاستمارة، وتم حساب نسبة الثبات بين التطبيقين وقد بلغت نسبة الثبات 0.94، وهي نسبة عالية تدل على قابلية استمارة الاستبيان للتطبيق.

الحادي عشر: نوع الدراسة :

هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى لرصد وتوصيف طبيعة تعرض الشباب الجامعي السعودي لوسائل التواصل الاجتماعي ومدى وعيهم

(*) قام الباحث بتحكيم استمارة الاستبيان على السادة المحكمين وهم كما يلي :

١- ا.د صابر سليمان عسران أستاذ الإعلام بكلية الإعلام-جامعة القاهرة

٢- ا.د محمود حسن إسماعيل أستاذ الإعلام ورئيس قسم الإعلام بمعهد الدراسات العليا – جامعة عين شمس

٣- أ.م.د.عادل الأبيض – أستاذ علم النفس المشارك كلية التربية والآداب – جامعة الحدود الشمالية

٤- د/ هشام سعد زغلول – رئيس قسم مهارات تطوير الذات- عمادة السنة التحضيرية – جامعة الحدود الشمالية

٥- د/ عيسى شويطر – أستاذ مساعد بعمادة السنة التحضيرية – جامعة الحدود الشمالية.

بمفهوم المصداقية والعناصر المكونة له، وتقييمهم لمدى مصداقية ما ينشر من مضمون في وسائل التواصل الاجتماعي.

الثاني عشر: مجتمع الدارسة والعينة:

أ - مجتمع الدراسة :

يتمثل مجتمع البحث في الشباب الجامعي لجامعة الحدود الشمالية بمدينة عرعر التابعة لدولة المملكة العربية السعودية، وقد تم اختيار جامعة الحدود الشمالية فقط نظرا لتباعد المسافات بين الجامعات السعودية، فأقرب جامعة لي هي جامعة الجوف، والمسافة بيني وبينها حوالي ٢٥٠ كيلو متر.

ب- عينة الدراسة: تم سحب عينة عشوائية بسيطة من (٢٠٠) مبحوث (ذكور- إناث) من عمادة السنة التحضيرية والدراسات المساندة بمدينة عرعر بشطريها البنين والبنات، ١٠٠مبحوث ذكور- ١٠٠مبحوثة إناث في عمر واحد تقريبا ١٩ عام، وقد تم إجراء الدراسة على هذه العينة العشوائية السابقة نظرا لأن حجم العينة الأصلية الممثلة لجامعة الحدود الشمالية ليس كبيرا نظرا لأنها جامعة ما زالت ناشئة فعمرها حوالي ٨ سنوات فقط، بل إن الطلاب فيها أقل من المعدلات المتعارف عليها دوليا، وذلك نظرا لأن الجامعة تقع في محافظة حدودية نائية بعيدة عن باقي محافظات المملكة، ، لذا جاء اختيار عينة الدراسة من ٢٠٠ مبحوث وقد روعي فيها ما يلي :

١. أن تكون ممثلة للذكور والإناث.
٢. أن تمثل العينة مزيج من الكليات المختلفة حيث أن السنة التحضيرية يدرسها جميع كليات الجامعة.

الثالث عشر: المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلي الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج

الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية " SPSS Statistical Package for the Social Scienceوتم اللجوء إلي المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة: التكرارات البسيطة والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية .اختبار كا٢ (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal) .

الرابع عشر: المفاهيم الأساسية للبحث :

مصداقية : بمعنى الجدية والالتزام والصدق في الأقوال والأفعال بعيدا عن الكذب والافتراء والضلال.

وتشير هذه الكلمة في الخطاب السياسي إلى مدى التزام شخصية سياسة أو مؤسسة أو هيئة بوعودها ومدى جديتها . إذ يؤدي الالتزام والجدية إلى ارتفاع المصداقية أو مدى قابلية الآخرين على منح ثقتهم ويؤدي عدم الالتزام والجدية إلى انخفاضها (26)

وسائل التواصل الاجتماعي :هي التفاعل بين الناس الذي يتم من خلاله إنشاء ومشاطرة أو تبادل المعلومات والأفكار في مجتمعات وشبكات افتراضية مثل (الفيس بوك – يوتيوب – توتير – لينكدإن)(27).

ويعرفها الباحث على أنها: وسائل اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل المرئي والسمعي وتبادل الصور وغيرها لمستخدميها في أي مكان من أرجاء العالم وفي أي وقت يشاءون دون قيود، ومن أبرزها (الفيس بوك – توتير – اليوتيوب).

الشباب الجامعي السعودي : يقصد بهم في هذا البحث (المعنى الإجرائي) من هم في مرحلة المراهقة المتأخرة من (١٩ عام) وتمثل عينة

الشباب الجامعي في هذا البحث طلاب وطالبات عمادة السـنة التحضـيرية بشطريها (بنين – بنات) بجامعة الحدود الشمالية – المملكة العربية السعودية.

نتائج الدراسة:

٢- خصائص عينة الدراسة:

جدول (١)

يوضح وصف عينة الدراسة

خصائص العينة		العدد (إجمالي)	النسبة (إجمالي)
النوع	ذكور	١٠٠	٥٠ %
	إناث	١٠٠	٥٠%
	جملة	٢٠٠	١٠٠%
الكلية	عمادة السنة التحضيرية بعرعر (بنين)	١٠٠	٥٠%
	عمادة السنة التحضيرية بعرعر (بنات)	١٠٠	٥٠ %
	جملة	٢٠٠	١٠٠%
السن	العدد	٢٠٠	
	المتوسط	١٩	

يتضح من الجدول السابق :

أن عينة الدراسة تبلغ ٢٠٠ مبحوث(ذكور– إناث) من الشباب الجامعي السعودي١٠٠ مبحوث من عمادة السنة التحضيرية بعرعر (بنين)، ١٠٠ مبحوثة من عمادة السنة التحضيرية بعرعر (بنات) بجامعة الحدود الشمالية– المملكة العربية السعودية ، وهذه العينة يبلغ متوسط عمرها ١٩ عاما لأن العينة جميعها في عمر واحد تقريبا بعد خروجهم من المرحلة الثانوية .

٢- كثافة استخدام شبكة الانترنت للشباب الجامعي السعودي أسبوعيا:

جدول (٢)

توزيع العينة وفقا لعدد أيام استخدام شبكة الانترنت أسبوعيا

الفترة الزمنية	الإجابة		الترتيب
	ك	%	
يوميا	١٢٩	٦٤,٥	١
من ٤– ٦ أيام	٣١	١٥,٥	٣
من يومين– ٣ أيام	٠	٠	٤
يوم واحد	٠	٠	٤
وفقا للظروف	٤٠	٢٠	٢
المجموع	٢٠٠	١٠٠	--

يوضح الجدول السابق الفترة الزمنية التي يمكن للشباب الجامعي السعودي قضاؤها في استخدام الإنترنت، فنجد أن الفترة الزمنية (يوميا) حصلت على المرتبة الأولى بتكرار ١٢٩ ونسبة مقدارها ٦٤,٥% تليها الفترة الزمنية (وفقا للظروف) بتكرار ٤٠ ونسبة مقدارها ٢٠% في المرتبة الثانية، ثم تأتى في المرتبة الثالثة والأخيرة الفترة الزمنية (من ٤– ٦ أيام) بتكرار ٣١ ونسبة ١٥,٥% .

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة رباب الجمال(٢٠١٣) *(٢٨) في الفترات الزمنية المختلفة فكانت بنفس ترتيب الدراسة الحالية (يوميا – وفقا للظروف– ٦ –٤أيام).*

٣- مكان التواصل عبر شبكة الانترنت

جدول (٣)

توزيع العينة وفقا لمكان استخدام شبكة الانترنت

مكان الاستخدام	الإجابة		الترتيب
	ك	%	
المنزل	٧١	٣٥,٥	٢
الجامعة	٢٠	١٠	٣
الهاتف المحمول	٩٩	٤٩,٥	١
مقهى انترنت	١٠	٥	٤
أخري تذكر	٠	٠	٤
المجموع	٢٠٠	١٠٠	--

يتضح من الجدول السابق :

أن أماكن تواصل الشباب الجامعي أفراد العينة عبر الإنترنت يختلف باختلاف المكان، فنجد أن الهاتف المحمول قد استحوذ على آراء نصف العينة تقريبا وذلك من حيث تواصل أفراد العينة عبر شبكة الإنترنت، فقد سجل (الهاتف المحمول) المركز الأولى بنسبة ٤٩,٥% تلاه (المنزل) في المركز الثاني بنسبة ٣٥,٥%، بينما جاءت الجامعة في المركز الثالث بنسبة ١٠% نظرا لوجود شبكة الإنترنت في كل مكان تقريبا بالجامعة، وجاء في المركز الأخير(مقهى الإنترنت) بنسبة ٥% .

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة رباب الجمال(٢٠١٣) *(٢٩)في معدل الاستخدام والتي جاءت على الترتيب (الهاتف المحمول- المنزل) كما هو الحال في الدراسة الحالية.*

٤- معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

جدول (٤)

توزيع العينة وفقا لمعدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

معدل الاستخدام	المجموع		الترتيب
	ك	%	
دائما	١٦١	٨٠,٥	١
أحيانا	٣٩	١٩,٥	٢
نادر ا	٠	٠	٣
لا استخدمها	٠	٠	٣
المجموع	٢٠٠	١٠٠	

يتضح من الجدول السابق :

أن جميع أفراد العينة البالغ عدهم ٢٠٠ مبحوث من الذكور والإناث يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي، فنجد أن من يقولون أنهم يستخدمون (دائما) الوسائل الاجتماعية بانتظام نسبتهم عالية جدا وهى نسبة ٨٠,٥% وكذلك من يستخدمونها (أحيانا) النسبة الباقية وهى نسبة ١٩,٥% أما عدم الاستخدام لوسائل التواصل الاجتماعي فلا وجود له في هذه العينة .

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة رباب الجمال (٢٠١٣) (٣٠) في استجابتي (دائما – أحيانا) حيث جائتا بنفس الترتيب في الدراسة الحالية.

٥- : نوعية وسائل التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب الجامعي نشر أخبارهم بها:

جدول (٥)

نوعية وسائل التواصل الاجتماعي

التي يفضل الشباب نشر أخبارهم بها

الوسائل	التكرارات	النسبة
توتير	٩٨	٤٩
الفيس بوك	٥٣	٢٦,٥
اكسنج Xing	٠	٠
ماي سبيس MySpace .	٠	٠
اليوتيوب	٤٩	٢٤,٥
لايف بوون	٠	٠
هاي فايف	٠	٠
أوركت	٠	٠
تاجد	٠	٠
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق :

أن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب نشر أخبارهم بها هي على الترتيب (توتير – الفيس بوك – اليوتيوب) بحسب رأى المبحوثين حيث حصل توتير على نسبة ٤٩%، ويليه الفيس بوك بنسبة ٢٦,٥% وأقل وسائل التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب نشر أخبارهم بها هي اليوتيوب بنسبة ٢٤,٥%، أما باقي الوسائل لم يكن لها نصيب في المشاركة من قبل عينة الدراسة.

تختلف هذه النتيجة مع دراسة دينا عرابي وبسنت عبد المحسن ٢٠١٢(٣١) فقد حصل الفيس بوك في دراستهما على المركز الأول بنسبة ٤٠,٥% تلاه توتير بنسبة ٢٨,٥%وفي المركز الثالث جاء اليوتيوب وهذه النتائج تختلف مع الدراسة الحالية.

واختلفت هذه النتيجة مع دراسة رباب الجمال(٢٠١٣) *(٣٢)* حيث *حصل الفيس بوك فيها على المركز الأول تلاه توتير في المركز الثاني ثم اليوتيوب وهو ما يختلف مع الدراسة الحالية التي يتربع فيها توتير على المركز الأول يليه الفيس بوك ثم اليوتيوب.*

٦- أسباب اعتماد الشباب على وسائل التواصل الاجتماعي:

جدول (٦)

أسباب اعتماد الشباب على وسائل التواصل الاجتماعي

الأسباب	التكرار	النسبة
صدق معلوماتها	٣٠	١٥
تناقش قضايا هامة في المجتمع بكل حرية	٣٧	١٨,٥
تنفرد بعرض أخبار غير موجودة في الوسائل الأخرى	٣٢	١٦
تعطيني فكرة عن كل ما يحصل في العالم.	٣٣	١٦,٥
تقدم تغطية حية للأحداث	١٢	٦
يتميز المضمون المنشور فيها بالثقة	٦	٣
لأنها سريعة في نقل الأخبار.	٤٠	٢٠
تعبر عن رأيي و رأي المجتمع بأكمله	١٠	٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق :

أن نسبة ٢٠% من أفراد العينة يعتمدون على وسائل التواصل الاجتماعي، لأنها سريعة في نقل الأخبار، ونسبة ١٨,٥% منهم يعتمدون عليها لأنها تناقش قضايا هامة في المجتمع بكل حرية، ونسبة ١٦,٥% منهم يعتمدون عليها لأنها تعطيهم فكرة عن كل ما يحصل في العالم، ونسبة ١٦% منهم يعتمدون عليها لأنها تنفرد بعرض أخبار غير موجودة في الوسائل الأخرى.

تختلف هذه النتيجة مع دراسة دينا عرابي وبسنت عبد المحسن ٢٠١٢ (٣٣) حيث أن صدق المعلومات فيها جاء بالترتيب الأول في حين جاءت هذه الاستجابة في الدراسة الحالية بالترتيب الرابع وكذلك اختلاف الاستجابات الأخرى.

٧- <u>مدى مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي في نقل المعلومات:</u>

جدول (٧)

مدى مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي في نقل المعلومات

وسائل التواصل الاجتماعي	التكرارات	النسبة
توتير Twitter	٩٥	٤٧,٥
الفيس بوك Face book	٦٣	٣١,٥
اليوتيوب YouTube	٤٢	٢١
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق :

أن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي مصداقية في نقل الأخبار هي وسيلة توتيرTwitter بنسبة ٤٧,٥% ويليها وسيلة الفيس بوك Face book

بنسبة ٣١,٥% وأقل وسائل التواصل الاجتماعي مصداقية في نقل الأخبار هي اليوتيوب YouTube بنسبة ٢١%.

أي أن أفراد العينة يصدقون ما ينشر وما يبث في وسائل التواصل الاجتماعي لكن درجات الصدق تختلف من وسيلة لأخرى، فنجد تقريبا أن نصف أفراد العينة بنسبة ٤٧,٥% يصدقون ما يعرض في وسيلة توتير ثم يليها الفيس بوك وتوتير، وهذا إن دل فإنما يدل على أن جميع أفراد العينة يصدقون وسائل التواصل الاجتماعي خاصة توتير الذي يستحوذ على نسبة تصديق عالية من قبل المبحوثين الشباب.

تختلف هذه النتيجة مع دراسة دينا عرابي وبسنت عبد المحسن ٢٠١٢ (٣٤) حيث أن توتير فيها حصل على المركز الثاني واليوتيوب على المركز الثالث والفيس على المركز الرابع أما الدراسة الحالية فقد حصل توتير فيها على المركز الأول يليه الفيس ثم اليوتيوب، واتفقت هذه النتيجة مع رباب الجمال٢٠١٣(٣٥) في حصول توتير على المركز الأول كما هو الحال في الدراسة الحالية.

<u>مدى الثقة في مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي في نقل المعلومات</u>

جدول (٨)

مدى الثقة في مصداقية وسائل

التواصل الاجتماعي في نقل المعلومات

وسائل التواصل الاجتماعي	أثق بدرجة كبيرة		أثق بدرجة متوسطة		لا أثق		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
- الفيس بوك Face Book.	15	7.5	٨٧	٤٣,٥	٩٨	٤٩	200	١٠٠

وسائل التواصل الاجتماعي	أثق بدرجة كبيرة		أثق بدرجة متوسطة		لا أثق		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
– توتير Twitter	91	45.5	95	47.5	14	7	200	١٠٠
– اليوتيوب YouTube	١١	٥,٥	70	35	١١٩	٥٩,٥	200	١٠٠

تؤكد نتائج العديد من الأبحاث أن متغير الثقة يعد من العوامل الأساسية في ارتباط المتلقي بالوسيلة الاتصالية، وتشير بيانات الجدول السابق إلي معدل الثقة في مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي، وقد احتل توتير Twitter المركز الأول تلاه الفيس بوك Face Book في المركز الثاني، وفي المركز الثالث جاء **اليوتيوب YouTube**، ولعل ذلك يؤكد أن الشباب أفراد العينة يستخدمون ويعتمدون على مصادر اتصالية يثقون بها لأنها تقدم له مساحة أكبر من الخصوصية والحرية في التعبير، هذا فضلا عن أن نسبة معدل الثقة للشباب في مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي كان مرتفعا بالنسبة لتوتير والذي يثق به معظم أفراد العينة، أما الفيس بوك واليوتيوب فمعدل الثقة فيهما منخفضا وضعيفا خاصة اليوتيوب وهذه النتيجة تتفق مع دراسة **رباب الجمال(٢٠١٣)***(٣٦)* في حصول توتير على المركز الأول والفيس بوك على المركز الثاني لكنها اختلفت معها في اليوتيوب الذي لا يثق احد به من أفراد العينة عندها،

٩- : مدي شمولية وسائل التواصل الاجتماعي في نقل المعلومات:-

جدول (٩)

مدي شمولية وسائل التواصل الاجتماعي في نقل المعلومات

وسائل التواصل الاجتماعي	التكرارات	النسبة
التوتير Twitter	٧٣	٣٦,٥
الفيس بوك Face book	٦٥	٣٢,٥
اليوتيوب YouTube	٦٢	٣١
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق :

أن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي شمولية في نقل الأخبار هي وسيلة توتير Twitter بنسبة ٣٦,٥% ويليها وسيلة الفيس بوك Face book بنسبة ٣٢,٥% وأقل وسائل التواصل الاجتماعي شمولية في نقل الأخبار هي اليوتيوب YouTube بنسبة ٣١%.، وعليه فإن أفراد العينة يرون إن وسائل التواصل الاجتماعي تحقق لهم أكبر قدر ممكن من الشمولية في نشر الأخبار خاصة توتير والفيس بوك

١٠- أكثر وسائل التواصل الاجتماعي انتشارًا:-

جدول (١٠)

أكثر وسائل التواصل الاجتماعي انتشارا

وسائل التواصل الاجتماعي	التكرارات	النسبة
توتير Twitter	٩١	٤٥,٥
الفيس بوك Face book	٥٩	٢٩,٥
اليوتيوب YouTube	٥٠	٢٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق :

أن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي انتشارا هي وسيلة توتيرTwitter بنسبة ٤٥,٥% ويليها وسيلة الفيس بوك Face book بنسبة ٢٩,٥% وأقل وسائل التواصل الاجتماعي انتشارا هي اليوتيوب YouTube بنسبة ٢٥%.

أي أن وسيلة توتير تحقق أعلى نسبة وأعلى انتشارا لدى أفراد العينة وفي معظم أنحاء المملكة بناء على المقابلات الهاتفية التي أجريتها في مناطق عديدة من أنحاء المملكة.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة دينا عرابي وبسنت عبد المحسن ٢٠١٢ (٣٧) حيث جاء الترتيب (توتير ثم الفيس بوك فاليوتيوب) كما جاء بالدراسة الحالية

١١- أكثر وسائل التواصل الاجتماعي التي يتزايد الاعتماد عليها من قبل الشباب الجامعي:-

جدول (١١)

أكثر وسائل التواصل الاجتماعي التي

يتزايد الاعتماد عليها من قبل الشباب الجامعي

وسائل التواصل الاجتماعي	التكرارات	النسبة
توتيرTwitter	٩٦	٤٨
الفيس بوك Face book	٤٠	٢٠
اليوتيوب YouTube	٦٤	٣٢
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق :

أن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي التي يتزايد الاعتماد عليها من قبل الشباب الجامعي السعودي هي وسيلة توتيرTwitter بنسبة ٤٨% ويليها

اليوتيوب YouTube بنسبة ٣٢% ثم وسيلة الفيس بوك Face book بنسبة ٢٠% .

وهذا يؤكد إن الشباب السعودي أفراد العينة يثقون ويعتمدون في وسيلة توتير أكثر من أي وسيلة أخرى والتي يرون فيها أنها تحقق لهم ذاتهم وإبداء آرائهم بكل حيدة ومصداقية دون رقيب عليهم.

١٢- : عناصر المحتوي المؤثرة في تصديق الشباب للمضمون المنشور في وسائل التواصل الاجتماعي:

جدول (١٢)

عناصر المحتوي المؤثرة في تصديق الشباب للمضمون المنشور في وسائل التواصل الاجتماعي

عناصر المحتوى	التكرارات	النسبة
الصور	٤٣	٢١,٥
الأرقام والإحصائيات	٥	٢,٥
الوثائق	٣٣	١٦,٥
ذكر مصدر المضمون المنشور	٣٩	١٩,٥
الفيديوهات	٤٥	٢٢,٥
الرسومات	١٥ ٣٥	٧,٥
التعليقات	٢٠	١٠
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق :

أن نسبة ٢٢,٥% من أفراد العينة يرون أن أهم عناصر المحتوي المؤثرة في تصديق الشباب للمضمون المنشور في وسائل التواصل الاجتماعي هي الفيديوهات، ونسبة ٢١,٥% منهم يرون أنها الصور، ونسبة

١٩,٥% منهم يرون أنها ذكر مصدر المضمون المنشور، ونسبة ١٦,٥% منهم يرون أنها للوثائق، ونسبة ١٠% منهم يرون أنها للتعليقات .

أي أن الفيديوهات والصور والمضمون المنشور بمصدره على الترتيب ثلاثة أشياء غاية في الأهمية لتصديق أي شيء موجود في وسائل التواصل الاجتماعي وإن كانت غير موجودة فلا يتم تصديق شيء، وهى بالفعل أساسية في تصديق أي محتوى.

اختلفت هذه النتيجة مع دراسة دينا عرابي وبسنت عبد المحسن ٢٠١٢ (٣٨) في اختلاف عناصر المحتوى والنسب المئوية، فقد احتلت الصور فيها المركز الأول بينما احتلت الفيديوهات المركز الأول في الدراسة الحالية.

١٣- : توقعات الشباب لمستقبل ما ينشر على وسائل التواصل الاجتماعي:

جدول (١٣)

توقعات الشباب لمستقبل ما ينشر على وسائل التواصل الاجتماعي

توقعات الشباب	التكرارات	النسبة
ستزداد	١٥١	٧٥,٥
ستظل	٣٠	١٥
ستقل	١٣	٦,٥
لا اعرف	٦	٣
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق :

أن نسبة ٧٥,٥% من أفراد العينة يتوقعون ازدياد المضمون المنشور في وسائل التواصل الاجتماعي في المستقبل، ونسبة ١٥% منهم يرون أنها

ستظل كما هي في المستقبل، ونسبة ٦,٥% منهم يرون أنها ستقل في المستقبل، ونسبة ٣% منهم لا يعرفوا.

وتوقع الشباب أفراد العينة في محله فالتقدم سمة العصر الذي نحياه وكل يوم به جديد في عصر التقنية والإعلام الجديد، فلا يمكن التوقف فعجلة الحياة دائرة لا يستطيع أحد إيقافها وبالتالي ما ينشر يزداد يوما بعد يوم دون توقف ولا يتوقف إلا بانتهاء الحياة وانتهاء دنيا الناس يوم أن يرث الله الأرض ومن عليها .

الفروض:

الفرض الأول:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين في نوعية وسائل التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب نشر أخبارهم بها.

جدول (١٤)قيمة كا ٢ لدلالة الفروق بين الجنسين في نوعية وسائل التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب نشر أخبارهم فيها

الوسائل	الذكور		الإناث		الإجمالي		كا٢	مستوى الدلالة د. ح٢
	ك	%	ك	%	ك	%		
توتير	٥٢	٥٢	٤٦	٤٦	٩٨	٤٩	٢,١٩٠	٠,٣٣٥ غير دالة
الفيس بوك	٢٨	٢٨	٢٥	٢٥	٥٣	٢٦,٥		
اليوتيوب	٢٠	٢٠	٢٩	٢٩	٤٩	٢٤,٥		
أخرى	٠	٠	٠	٠	٠	٠		
الإجمالي	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠		

يتضح من الجدول السابق :

أن أكثر **وسائل** التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب الذكور نشر أخبارهم فيها هي وسيلة توتير بنسبة ٥٢% ويليها وسيلة الفيس بوك بنسبة ٢٨% وأقل **وسائل** التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب نشر أخبارهم فيها هي وسيلة اليوتيوب بنسبة ٢٠%، و أكثر وسائل التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب الإناث نشر أخبارهم فيها هي توتير بنسبة ٤٦% ويليها اليوتيوب بنسبة ٢٩% وأقل وسائل التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب نشر أخبارهم فيها هي الفيس بوك بنسبة ٢٥%.

ويتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في نوعية وسائل التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب نشر أخبارهم فيها، حيث كانت قيمة كا٢ غير دالة عند مستوى ٠,٠٥، مما يعني وجود تقارب الذكور والإناث في نوعية وسائل التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب نشر أخبارهم فيها.

الفرض الثاني:

– توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين في مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي في نقل المعلومات.

جدول (١٥)

قيمة كا ٢ لدلالة الفروق بين الجنسين في مدى مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي في نقل المعلومات

الوسائل	الذكور		الإناث		الإجمالي		كا٢	مستوى الدلالة د. ح٢
	ك	%	ك	%	ك	%		
توتير Twitter	٤٥	٤٥	٥٠	٥٠	١٩٠	٤٧,٥	١,٩٣٠	٠,٣٨١

الوسائل	الذكور		الإناث		الإجمالي		كا٢	مستوى الدلالة د. ح٢
	ك	%	ك	%	ك	%		
الفيس بوك Face book	٣٠	٣٠	٣٣	٣٣	١٢٦	٣١,٥		غير دالة
اليوتيوب YouTube	٢٥	٢٥	١٧	١٧	٨٤	٢١		
الإجمالي	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠		

يتضح من الجدول السابق :

أن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي مصداقية في نقل المعلومات بالنسبة للذكور هي وسيلة توتير بنسبة ٤٥% ويليها وسيلة الفيس بوك بنسبة ٣٠% وأقل وسائل التواصل الاجتماعي مصداقية في نقل المعلومات هي وسيلة اليوتيوب بنسبة ٢٥%، و أكثر وسائل التواصل الاجتماعي مصداقية في نقل المعلومات للإناث هي وسيلة توتير بنسبة ٥٠% ويليها وسيلة الفيس بوك بنسبة ٣٣% وأقل وسائل التواصل الاجتماعي مصداقية في نقل الأخبار هي وسيلة اليوتيوب بنسبة ١٧%.

ويتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار، حيث كانت قيمة كا٢ غير دالة عند مستوى ٠,٠٥، مما يعني وجود تقارب الذكور والإناث في وسائل التواصل الاجتماعي مصداقية في نقل المعلومات.

الفرض الثالث:

- توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين وسائل التواصل الاجتماعي المفضلة وتوقعات الشباب لمستقبل ما ينشر على وسائل التواصل الاجتماعي.

جدول (١٦)

معامل الارتباط بين وسائل التواصل الاجتماعي المفضلة و توقعات الشباب لمستقبل ما ينشر على وسائل التواصل الاجتماعي

الوسائل	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	الدلالة
توتير Twitter	٠,٥٥٤**	طردي	متوسط	٠,٠١
الفيس بوك Face book	٠,٧٥٢**	طردي	قوي	٠,٠١
اليوتيوب YouTube	٠,٧٧٥**	طردي	قوي	٠,٠١

يتضح من الجدول السابق:

وجود علاقة طردية متوسطة بين تفضيل وسيلة توتيرTwitter وتوقعات الشباب لزيادة ما ينشر على وسائل التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيم (٠,٣ <ر< ٠,٦) وهي دالة عند مستوى ٠,٠١.

وجود علاقة طردية قوية بين تفضيل وسيلة الفيس بوك Face book وتوقعات الشباب لزيادة ما ينشر على وسائل التواصل الاجتماعي.، حيث كانت قيم (ر> ٠,٦) وهي دالة عند مستوى ٠,٠١.

وجود علاقة طردية قوية بين تفضيل وسيلة اليوتيوب YouTube وتوقعات الشباب لزيادة ما ينشر ما ينشر على وسائل التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيم (ر> ٠,٦) وهي دالة عند مستوى ٠,٠١.

الفرض الرابع:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب السعودي لوسائل التواصل الاجتماعي وبين مصداقية هذه الوسائل لديهم في نقل المعلومات.

جدول(١٧)

معامل الارتباط بين كثافة استخدام الشباب السعودي لوسائل التواصل الاجتماعي وبين مصداقية هذه الوسائل لديهم في نقل المعلومات

الوسائل	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	الدلالة
كثافة استخدام الشباب السعودي لوسائل التواصل الاجتماعي				
مصداقية لوسائل التواصل الاجتماعي في نقل المعلومات	٠,٧٦٦**	طردي	قوي	٠,٠١

يتضح من الجدول السابق: وجود علاقة طردية قوية بين كثافة استخدام الشباب السعودي لوسائل التواصل الاجتماعي وبين مصداقية هذه الوسائل لديهم في نقل المعلومات حيث كانت قيم(ر> ٠,٦) وهي دالة عند مستوى ٠,٠١.

الفرض الخامس:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوعية وسائل التواصل الاجتماعي التي يفضلها الشباب الجامعي وبين مصداقية هذه الوسائل .

جدول (١٨)

معامل الارتباط بين نوعية وسائل التواصل الاجتماعي التي يفضلها الشباب الجامعي وبين مصداقية هذه الوسائل

الوسائل	مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي			
	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	الدلالة
توتير Twitter	٠,٦٧٥**	طردي	قوي	٠,٠١
الفيس بوك Face book	٠,٨٨٧**	طردي	قوي	٠,٠١

الوسائل	مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي			
	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	الدلالة
اليوتيوب YouTube	**٠,٧٦٩	طردي	قوي	٠,٠١

يتضح من الجدول السابق:

وجود علاقة طردية قوية بين تفضيل وسيلة التوتيرTwitter ومصداقية وسائل التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيم (ر> ٠,٦) وهي دالة عند مستوى ٠,٠١.

وجود علاقة طردية قوية بين تفضيل وسيلة الفيس بوك Face bookومصداقية وسائل التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيم (ر> ٠,٦) وهي دالة عند مستوى ٠,٠١..

وجود علاقة طردية قوية بين تفضيل وسيلة اليوتيوب YouTube ومصداقية وسائل التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيم (ر> ٠,٦) وهي دالة عند مستوى ٠,٠١.

خاتمة الدراسة وتوصياتها:

١- ارتفاع معدل استخدام الشباب لشبكة الانترنت وأكدت العينة بأكملها بنسبة ١٠٠% أنهم يستخدمون الانترنت .

٣- أكد جميع أفراد العينة بنسبة ١٠٠% أنهم يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي عبر الانترنت وأن معدل استخدامهم موزع على استجابة (دائما) بنسبة ٨٠,٥% واستجابة(أحيانا) بنسبة ١٩,٥% .

٤- ارتفاع معدل التواصل عبر الإنترنت لدى أفراد العينة على الهاتف المحمول بنسبة ٤٩,٥% والمنزل بنسبة ٣٥,٥%.

٥- تبين أن أفراد العينة من الشباب الجامعي اختاروا (توتير– الفيس بوك – يوتيوب) كوسائل تواصل اجتماعي لنشر أخبارهم فيها.

٦- من نتائج الدراسة يتبين أن أفراد العينة جميعهم يعتمدون على وسائل التواصل الاجتماعي(توتير– الفيس بوك – يوتيوب)، لكن تختلف درجة أسباب اعتمادهم على هذه الوسائل من فرد لآخر.

٧- حصل توتير على المرتبة الأولى تلاه الفيس بوك ثم اليوتيوب في مدى المصداقية في نقل المعلومات.

٨- نسبة معدل الثقة للشباب في مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي كان مرتفعا بالنسبة لتوتير والذي يثق به معظم أفراد العينة، أما الفيس بوك واليوتيوب فمعدل الثقة فيهما منخفضا وضعيفا خاصة اليوتيوب.

٩- تبين أن توتير أكثر وسائل التواصل الاجتماعي اعتمادا وشمولية وانتشارا بين الشباب السعودي تلاه الفيس بوك ثم اليوتيوب.

١٠- الفيديوهات والصور والمضمون المنشور بمصدره ثلاث عناصر مؤثرة في تصديق الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي.

١١- تبين النتائج أن توقعات معظم أفراد العينة لمستقبل وسائل التواصل الاجتماعي سيزداد في الأيام القادمة .

١٢- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في نوعية وسائل التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب نشر أخبارهم فيها.

١٣- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار.

١٤- وجود علاقة طردية قوية بين تفضيل وسيلة توتير Twitter وتوقعات الشباب لزيادة ما ينشر على وسائل التواصل الاجتماعي، وعلاقة طردية قوية بين اليوتيوب وتوقعات الشباب.

١٥- وجود علاقة طردية قوية بين كثافة استخدام الشباب السعودي لوسائل التواصل الاجتماعي وبين مصداقية هذه الوسائل لديهم في نقل المعلومات.

١٦- وجود علاقة طردية قوية بين وسائل(توتير– الفيس بوك – اليوتيوب)، وبين مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي.

توصيات الدراسة:

في ضوء النتائج السابقة، تقترح الدراسة التوصيات التالية :

١- ضرورة الانتباه لخطورة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الشباب بصفة عامة والشباب الجامعي بصفة خاصة وذلك بإجراء المزيد من الأبحاث وتكثيف الدراسات النظرية والعملية لرصد مصداقية هذه الوسائل والمتابعة الدقيقة لها، خاصة وأن التوقعات المستقبلية في ضوء النتائج العامة لهذه الدراسة، تؤكد استمرار استخدامها والاعتماد عليها من قبل الشباب الجامعي .

٢- وضع برامج إعلامية توعوية للشباب لترشيد استخدام تلك الوسائل، وإصدار نشرة إعلامية إرشادية جامعية، توزع داخل الجامعة لنشر الوعي لدى الشباب بضرورة الاستفادة من الانترنت بشكل إيجابي والبعد عن كل ما هو غير أخلاقي،

خاصة وأن هذه الوسائل أصبحت الآن في متناول اليد من خلال الهاتف المحمول والذي حصل على المركز الأول في نتائج الدراسة من قبل عينة الدراسة و الذي يحوى كل تقنيات الإنترنت المختلفة بوسائلها وبرامجها المختلفة .

٣- توعية الشباب الجامعي السعودي بخطورة وسائل التواصل الاجتماعي وذلك من خلال المحاضرات والندوات والدورات التدريبية التي تعقد لهم في الجامعات وداخل المجتمع المدني، وذلك للتعرف عن قرب بهذه الوسائل والتعرف على مصداقيتها والحد من خطورتها .

*** ****

هوامش الدراسة

١- عزة عبد العزيز. (٢٠٠٦) . مصداقية الإعلام العربي (المفاهيم- المعايير)، (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع)، ص : ٢١-٢٢.

2- Wolfgang ،Schweiger. (2002). Media Credibility Experience Image: A survey on the Credibility of the World Wide Web in Germany in Comparison to Other Media. ***European Journal of Communication*** ،15(1). 37-59.

3- McQuail ،Denis ،Mc Quail's.(2010). Mass Communication Theory ،6th ed.(**London:Sage Publications Ltd.**).

4- تم الرجوع في هذه الجزئية إلى المراجع التالية :

١- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد(٢٠٠٣). **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط٤ (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية)، ص: ٣٦٦- ٣٨٣.

2- Hyden ،A. Craig ،(2003) ،"Power In Media Frames: Thinking About Strategic Framing and Media System Dependency and The Events of September 11 ،2001" ،**Global Media Journal** ،2(3) ،.6-8.

3- Riffe ،Daniel& Lacy ،Stephen&Varouhakis ،Miron ، (2008) ،"Media System Dependency Theory and

Using The Internet for In-depth Socialized Informa tion" ،**Web Journal for Mass Communicatio nResearch** ،(11) ،1-14.

5- عزة عبد العزيز، **مرجع سابق**، ص٣٢-٣٣.

6-abdulkrim ،ziani&mohamad ،qudah&abdalaziz ، aldaihani ،(April2015) ،"uses and gratifications realized for the Libyan and Bahraini youth through Facebook" ،**INTERNATIONAL JOURNAL OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCE** ، vol.5.NO.4(1) ،P43.

٧-علاء العقاد. (٢٠١٤). دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم المشاركة السياسية للشباب الفلسطيني، **رسالة ماجستير غير منشورة** (القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، ٢٠١٤)

٨- حنان الشهري .(٢٠١٣). أثر استخدام شبكات التواصل الإليكترونية على العلاقات الاجتماعية (الفيس بوك وتوتير) نموذجا، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (الرياض : كلية الآداب، قسم الاجتماع، جامعة الملك عبد العزيز، ٢٠١٣)

٩--دينا عرابي وبسنت عبد المحسن. (١٥-١٦ أبريل ٢٠١٢). مصداقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعي لدي الشباب، **ورقة مقدمة في المنتدى السنوي السادس للجمعية**

السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد. التحديات النظرية والتطبيقية "، جامعة الملك سعود –الرياض، ص ٢٠

A personal touch Karin(Jan/Feb2012). ‹10–Basaraba 44–46. ‹(29(1 ‹**Communication World**and voice.

16– Tewksbury ‹David; Jensen ‹Jakob& Coe ‹11– Kevin .(April 2011)Video News Releases and the Public: The Impact of Source Labeling on the Perceived Credibility of Television News. **Journal of Communication**

١٣- حنان سليم. مايو٢٠٠٨ . مصداقية الأخبار في وسائل الإعلام لدى الجمهور الألماني، **المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام**، جامعة القاهرة، بعنوان "الإعلام بين الحرية والمسئولية"، ص ١٢٠٣١٢٤٨، **ص١٢.**

13– Heikkilä ‹Heikki; Kunelius ‹Risto&Ahva ‹ Laura.(Aug2010). From Credibility to Relevance .**Journalism Practice** ‹4 (3) ‹274–284.

14– Metzger ‹Miriam J.; Flanagin ‹Andrew J.&Medders ‹Ryan B. (Sep2010).Social and Heuristic Approaches to Credibility Evaluation Online.**Journal of Communication** ‹60 (3) ‹ p413–439

15-Lee ،Hyunmin; Park ،Sun-A; Lee ،Young Ah& Cameron ،Glen T. (Sep2010). Assessment of motion media on believability and credibility: An exploratory study.**Public Relations Review** ،36 (3) ،310-312.

16-Thorson ،Kjerstin; Vraga ،Emily&Ekdale ،Brian (Jul-Aug2010). Credibility in Context: How Uncivil Online Commentary Affects News Credibility.**Mass Communication & Society** ،13 (3) ،289-313

17 -Dochterman ،Mark A.& Stamp ،Glen HPart 1: The Determination of Web Credibility: A Thematic Analysis of Web User's Judgments.**Qualitative Research Reports in Communication** ،11(1) ، 37-43.

18-Mehrabi, Davood; Abu Hassan, Musa&Shahkat Ali, Muhamad(2009).News Media Credibility of the Internet and Television. **European Journal of Social Sciences**,11(1).Retrieved January 15,2012,from: http://www.eurojournals.com/ejss_11_1_11.pdf

19- Johnson, Kirsten A.&Wiedenbeck, Susan (Summer2009).Enhancing perceived credibility of

citizen journalism web sites.**Journalism & Mass Communication Quarterly**, 86 (2), 332-348.

20 -Poorisat, Thanomwong; Detenber, Benjamin H.; Viswanathan, Vani&Nofrina, Helen (2009)>Perceptions of Credibility: A Comparison of User-Generated and Expert-Generated Websites.**Paper presented at the an Annual Meeting of the International Communication Association**,1-29.

٢١- عزة عبد العظيم محمد . (يونيو - ديسمبر ٢٠٠٦) .مصداقية مصادر الأخبار بين الجمهور الإماراتي: دراسة مقارنة بين الوسائل التقليدية والحديثة، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام،** ٢. ٤٩٦-٤٤٥.

22-Cheong-Yi Park (Summer2006). Decomposing Korean news media credibility in the internet age.**International Journal of Public Opinion Research**, 18 (2), 238-245

٢٣- خالد صلاح الدين (أبريل يونيه ٢٠٠٥). مستويات مصداقية وسائل الإعلام المصرية لدى الجمهور، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**.١-٨٤.

٢٤- هويدا مصطفى. (أكتوبر وديسمبر٢٠٠٣) . مصداقية وسائل الإعلام كما تراها النخبة في مصر: دراسة حالة للتغطية

الإعلامية للحرب على العراق، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام،** (٢١.)١٠-٧٣

25- Yoshiko ،Nozato (2002). Credibility of online Newspapers ،**Communication and Development Studies Center for International Studies ،Ohio University**.Wiesbaden ،109-125.

٢٦- قاموس المعاني الإليكتروني.

٢٧- مركز معلومات الحوار الأوربي WWW.ENPI-INFO.EU.

28- رباب رأفت الجمال. أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي، **كرسي الأمير نايف بن عبد العزيز للقيم الأخلاقية،** جامعة الملك عبد العزيز، **كلية الاتصال والإعلام، ٢٠١٥، ص١١.**

٢٩- رباب رأفت الجمال، **مرجع سابق،** ص١٢.

٣٠- رباب رأفت الجمال، **مرجع سابق،** ص ١٣.

٣١--دينا عرابي وبسنت عبد المحسن، **مرجع سابق،** ص ٢٢.

٣٢- رباب رأفت الجمال، **مرجع سابق،** ص١٤ .

٣٣- دينا عرابي وبسنت عبد المحسن، **مرجع سابق،** ص٢٣.

٣٤- دينا عرابي وبسنت عبد المحسن، **مرجع سابق،** ص٢٤.

٣٥-رباب رأفت الجمال، **مرجع سابق،** ص١٥.

٣٦-رباب رأفت الجمال، **مرجع سابق،** ص١٧.

٣٧- دينا عرابي وبسنت عبد المحسن، **مرجع سابق،** ص٢٤.

٣٨- دينا عرابي وبسنت عبد المحسن، **مرجع سابق،** ص٢٥

()()() ()()()

الدراسة الثالثة بعنوان :

استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (تويتر) والإشباعات المتحققة في زيادة الوعي البيئي دراسة ميدانية على طلاب بعض الكليات بجامعة الحدود الشمالية – المملكة العربية السعودية

دكتور / عبد الله الوزان

جامعة الحدود الشمالية – المملكة العربية السعودية

ملخص الدراسة :

تهدف الدراسة على التعرف على استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الاعلام الجديد (تويتر) والتعرف على الإشباعات المتحققة منه في زيادة الوعي البيئي لديهم، اعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباعات التي تهتم بالاحتياجات النفسية والاجتماعية للجمهور، ووفق هذه النظرية يتم استخدام وسيلة توتير لتحقيق أهداف اتصالية ما، وكذلك لإشباع حاجات ورغبات اجتماعية وثقافية من جراء استخدام هذه الوسيلة .تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح، والذي تم فيه مسح عينة من طلاب الجامعة السعوديين (ذكور– إناث وتم استخدام صحيفة استبيان للعينة محل الدراسة لتحقيق هدف الدراسة وتساؤلاتها، وذلك للتعرف على مدى استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (توتير) والإشباعات المتحققة في زيادة الوعي البيئي، ويتمثل مجتمع الدراسة في طلاب جامعة الحدود الشمالية بمدينة عرعر

التابعة لدولة المملكة العربية السعودية، وتم سحب عينة عمدية ممن يشاهدون وسائل الإعلام الجديد خاصة توتير من (٣٠٠) مبحوث (ذكور – إناث) من كليتي التربية والآداب والطب بمدينة عرعر بشطريها البنين والبنات، ١٥٠مبحوث (ذكور– إناث) للتربية والآداب ١٥٠مبحوث (ذكور– إناث) للطب

نتائج الدراسة:

١- تشير نتائج الدراسة في عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد(توتير).
٢- يتضح من نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية التالية (١٨-١٩-٢٠-٢١) في استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد(توتير)، وذلك بالنسبة لكليتي التربية والآداب والطب.

ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية :

Using New Media (Twitter) Among University Students and its Environmental Realization

The present study aims to measure the uses of the new media (Twitter) among university students and its effect to increase the environmental awareness.

The study focused on the theory of “use and get satisfied”. According to this theory, Twitter is used to achieve certain goals and to satisfy social and cultural needs and desires. The study follows surveying methodology. Male and female Saudi students have been surveyed using a questionnaire to achieve the goals of the study and therefore answer the questions related to the extent of using Twitter among those students. A sample of 300 students (divided into males and females) who regularly use Twitter have

undergone the study. Students related to Arts and Medicine colleges.

The results of the study:

1. There is no difference in using Twitter between male and female students.
2. There is no difference in using Twitter among the different ages 18-19-20-21 of the students.

*** ***

الدراسة الثالثة :

استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (توتير) والإشباعات المتحققة في زيادة الوعي البيئي دراسة ميدانية على طلاب بعض الكليات بجامعة الحدود الشمالية – المملكة العربية السعودية

دكتور / عبد الله الوزان

جامعة الحدود الشمالية – المملكة العربية السعودية

مقدمه :

لاقت وسائل الإعلام الجديدة المتمثلة في وسائل التواصل الاجتماعي (الفيس بوك – توتير – اليوتيوب) إقبالا غير مسبوق من قبل جميع فئات الجماهير في مختلف أنحاء العالم، خاصة جمهور الشباب من طلاب الجامعات، حيث وجدوا فيها متنفسا لهم، لإخراج طاقاتهم الكامنة عندهم بدلا من المكوث أمام وسائل الاتصال التقليدية من صحافة وإذاعة وتليفزيون، فقد أتاحت لهم هذه الوسائل الحديثة فرصة التواصل والاتصال، والتعبير بحرية عن آرائهم وتطلعاتهم المستقبلية دون رقيب أو حسيب على تصرفاتهم.

فيكاد يكون معظم الشباب الجامعي يستخدمون وسائل الإعلام الجديدة، حيث أن الخليجيين يفضلون استخدام وسيلة توتير خاصة فئة الشباب من هم دون سن الثلاثين، وهم يمثلون أغلبية في دول الخليج العربي (١)، لذا نجد

إقبالا كبيرا من الطلاب الجامعيين على توتير، فاهتمامهم به يصل إلى درجة مرتفعة، والسواد الأعظم منهم يملكون حساب في توتير(٢)، ويتصدر السعوديون قائمة أكثر شعوب العالم تغريدا على وسيلة توتير(٣)وقد كشفت دراسة حديثة قام بها قسم الإحصائيات BI intelligence في موقع insider BUSINESS أن السعودية تتصدر دول العالم من حيث نسبة مستخدمي توتير النشطين مقارنة بحجم مستخدمي الانترنت، فما يوازى ٤١% من مستخدمي الانترنت في المملكة يغردون على شبكة توتير بانتظام، وهى بذلك تتفوق وفق هذا المعيار على دول مثل الولايات المتحدة الأمريكية والصين والتي بلغت نسبة مستخدمي توتير فيهما من إجمالي مستخدمي الانترنت على التوالي ٢٣%، ١٩%، وتقول الإحصائيات الحديثة أن عدد مستخدمي توتير في السعودية يصل خمسة ملايين مستخدم(٤) كما يعد السعوديون الأكثر استخداما لتوتير في العالم العربي بحدود ٤٠%، ويتصدرون قائمة المائة شخصية عربية الأكثر تأثيرا على توتير(٥)، يؤكد ذلك ما جاء في دراسة صادرة عن شركة (جلوبال ويب إنديكس) تفيد أن السعوديين سجلوا أعلى نسبة نمو عالميا من حيث عدد مستخدمي توتير(٦).

ويعد طلاب الجامعة السعوديون (١٨-٢١) من الشرائح الهامة في المجتمع، وعليهم يكون صالح مجتمعهم فبتقدمهم ومسايرتهم للتكنولوجيا المتقدمة يرتقى مجتمعهم ويصل إلى التقدم المنشود والتنمية الشاملة، فهؤلاء الطلاب معظمهم من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي خاصة وسيلة توتير، والتي تمدهم بكافة المعلومات التي يريدونها في جميع المجالات وشتى النواحي، هذا فضلا عن زيادة معلوماتهم في الوعي البيئي وذلك للراغبين فيه

والمتابعين له، لذا جاءت هذه الدراسة لمعرفة طبيعة استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الاعلام الجديد (تويتر) والإشباعات المتحققة منه في زيادة الوعي البيئي لديهم.

أولاً : مشكلة الدراسة:

أصبحت وسائل الإعلام الجديد الأشهر عالميا (الفيس بوك – توتير – اليوتيوب) تلعب دورا كبيرا ومؤثرا في جميع المجالات وشتى النواحي، خاصة النواحي السياسية والإعلامية والخبرية والمعرفية والترفيهية، لما لها من مميزات ليست لغيرها من الوسائل الأخرى، مما جعل الشباب مقبلين عليها بشكل كبير، بل إن هذه الوسائل صارت كالإدمان لعامة الناس خاصة فئة طلاب الجامعة الذين يرون فيها صفة الخصوصية وإثبات للذات، ويكاد يتأثر بها معظم الشباب تأثيرا كبيرا خاصة طلاب الجامعة، فهم يستخدمون الكثير من هذه الوسائل كتوتير واليوتيوب والفيس بوك، خاصة توتير الذي يستقطب طلاب الجامعة السعوديون، كما أكد على ذلك نتائج مسح إليكتروني محلى يفيد : أن السعوديين أكثر استخداما لتوتير مقارنة بالشبكات الاجتماعية الأخرى، فمن إجمالي عينة شملت (٦١٠٠) مشاركا من فئات عمرية مختلفة تبين أن ٨٧% منهم يستخدمون توتير (٧) هذا على صعيد وسائل الإعلام الجديد، أما من ناحية تعرض الشباب للمعلومات البيئية، فمعلوم سلفا أن الكثير من الشباب اهتماماتهم ليست بيئية، بل إن الوعي البيئي لديهم يكاد يكون قليل للغاية، وهنا تكمن المشكلة هل طلاب الجامعة أفراد العينة يستخدمون توتير لكي ينهلوا من بعض الإشباعات والتي تساهم بشكل جوهري في زيادة وعيهم البيئي؟ أم أن البيئة لديهم شيء ثانوي يمرون عليه مرور الكرام، وهذا ما نود معرفته من خلال هذه الدراسة، لذا فضل الباحث إلقاء الضوء على هذه المشكلة التي لم يناقشها إلا القليل من الباحثين خاصة

من جانب وسيلة توتير- على حد علم الباحث- هذا فضلا عن أهمية الفئة المستهدفة وهم طلاب الجامعة .

لذا فإن هذه الدراسة تسعى لمعرفة مدى استخدامات طلاب الجامعة لوسيلة توتير، وتسعى كذلك لمعرفة مدى الإشباعات المتحققة من استخدامهم لتوتير في زيادة وعيهم البيئي لديهم.

وعلى هذا تكمن مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي :

ما مدى استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (توتير) ؟ وما هي الإشباعات المتحققة من استخدامهم لتوتير في زيادة الوعي البيئي لديهم ؟

ثانيًا : أهمية الدراسة :

١- تأتى أهمية هذه الدراسة في كونها تظهر العلاقة بين الشباب الجامعي واستخداماته لوسيلة توتير فيما يخص الوعي البيئي لديهم خاصة أن هذا الوعي له عظيم الأهمية في المناطق الصحراوية النائية والتي تتميز بها محافظة الحدود الشمالية التي تقع العينة بها والتي تتميز ببيئة مختلفة عن باقي المدن السعودية.

٢- تأتى أهمية هذه الدراسة في كونها تختص بوسيلة توتير دون الوسائل الأخرى، وهو ما يعطى لنتائجها الدقة والتركيز في طبيعة استخدامات طلاب الجامعة لوسيلة توتير في زيادة معلوماتهم للوعي البيئي.

٣- ترصد هذه الدراسة درجة استخدامات طلاب الجامعة لوسيلة توتير في زيادة الوعي البيئي لديهم من أجل معرفة واقع وسائل الإعلام الجديد خاصة توتير بين طلاب الجامعة.

٤- تأتى أهمية هذه الدراسة في الكشف عن علاقة طلاب الجامعة بوسيلة توتير ومدى الثقة في معلوماتها ومضمونها .

٥- أهمية وسائل الإعلام الجديد خاصة توتير على طلاب الجامعة ودورها المؤثر فيهم .

ثالثا : هدف الدراسة :

تهدف الدراسة على التعرف على استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الاعلام الجديد (تويتر) والتعرف على الإشباعات المتحققة منه في زيادة الوعي البيئي لديهم.

وهناك بعض الأهداف الفرعية كما يلي :

١- التعرف على ترتيب وسائل الإعلام الجديد حسب درجة استخدام طلاب الجامعة لها.

٢- التعرف على مدى المساهمات التي يقوم بها توتير في نشر الموضوعات التي تخص البيئة .

٣- التعرف على ترتيب الإشباعات التي يحققها توتير حسب درجة قوتها من ناحية زيادة الوعي البيئي.

رابعًا : حدود الدراسة : تتمثل حدود البحث في :

- الحدود الزمنية: تمثلت في الفترة الزمنية لتطبيق البحث الميداني وهى شهر أكتوبر٢٠١٥م.

- الحدود المكانية: تم تطبيق استمارة الاستبيان على الشباب الجامعي بجامعة الحدود الشمالية– المملكة العربية السعودية – كلية التربية والآداب (بنين– بنات) ١٥٠ مبحوث وكلية الطب (بنين–

بنات)١٥٠ مبحوث بمدينة عرعر الواقعة في منطقة الحدود الشمالية.

- الحدود الموضوعية تتمثل في موضوع البحث وهو : استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (توتير) والإشباعات المتحققة في زيادة الوعي البيئي.

خامسًا : الإطار النظري للدراسة:

اعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباعات التي تهتم بالاحتياجات النفسية والاجتماعية للجمهور، ووفق هذه النظرية يتم استخدام وسيلة توتير لتحقيق أهداف اتصالية ما، وكذلك لإشباع حاجات ورغبات اجتماعية وثقافية من جراء استخدام هذه الوسيلة.

حيث أن هذه النظرية تضفى على الجمهور صفة الايجابية حيث يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها، ونوع المضمون الذي يلبى حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة (٨).

فهذه النظرية تسعى لمعرفة ما يفعله الجمهور مع الوسيلة بدلا من تأثيرها فيهم، هذا فضلا عن هذا الجمهور يستخدم هذه الوسيلة لإشباع احتياجاته الخاصة.

وتعتبر نظرية الاستخدامات والإشباعات الأكثر ملائمة لدراسة استخدام الانترنت، وحسب رايس وليامز فإن الإعلام الجديد يعتبر ساحة خصبة لاختبار العديد من النظريات والنماذج ومنها نظرية الاستخدامات والإشباعات في ظل تحلية الانترنت (٩) ونظرية الاستخدامات والإشباعات تساعد في دراسة استخدامات وإشباعات الأفراد لشبكات التواصل الاجتماعي(١٠).

والمقصود من تطبيق هذا النموذج على هذه الدراسة أن يتم رصد تعاملات واستخدامات طلاب الجامعة حول وسيلة توتير، والتعرف كذلك على أهم الإشباعات المتحققة من استخدامهم لهذه الوسيلة في زيادة وعيهم بالمعلومات المتعلقة بالبيئة، حيث ينجذب طلاب الجامعة بوسائل الإعلام الجديدة خاصة توتير، الوسيلة التي يفضلونها لأنها تحقق لهم رغبات وإشباعات لا يستطيعون إشباعها بالوسائل الأخرى .

سادسًا : مراجعة بعض الدراسات السابقة:

دراسة عبد الله الوزان سبتمبر **٢٠١٥م(١١)** التي هدفت الدراسة فيها بشكل رئيسي على التعرف على مدى مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي السعودي، ومدى وعي هؤلاء الشباب بمفهوم المصداقية للمحتوى المنشور فيها، وقد توصلت هذه الدراسة لبعض النتائج منها : حصل توتير على المرتبة الأولى تلاه الفيس بوك ثم اليوتيوب في مدى المصداقية في نقل المعلومات، نسبة معدل الثقة للشباب في مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي كان مرتفعا بالنسبة لتوتير والذي يثق به معظم أفراد العينة، أما الفيس بوك واليوتيوب فمعدل الثقة فيهما منخفضا وضعيفا خاصة اليوتيوب، وجود علاقة طردية قوية بين كثافة استخدام الشباب السعودي لوسائل التواصل الاجتماعي وبين مصداقية هذه الوسائل لديهم في نقل المعلومات.

ودراسة Abdulkrim، Ziani وآخرون إبريل ٢٠١٥م (١٢) والتي هدفت إلى تحديد الاستخدامات المختلفة للشباب الليبي والبحريني لموقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك ومدى رضاهم النفسي الناتج عن استخدام الفيس بوك وقد توصلت هذه الدراسة لبعض النتائج منها : أن السن عامل مؤثر بنسبة ٠,٠٥ في اختلاف نسبة الرضاء النفسي عند الفئة العمرية

المتراوحة ما بين ١٨-٢٠ عاما من الشباب، وتبين الدراسة كذلك أن هنـــاك اختلاف في استخدام الفيس بوك بنسبة ٠,٠٥ ويرجع ذلك إلى اختلاف الجنس واختلاف نسبة تأثير الفيس بوك.

ودراسة محمد السويد مارس ٢٠١٥ م (١٣) والتي هدفت للتعرف على أهم استخدامات عينة من الشباب السعودي لتوتيركما استهدفت أيضًا دراسة علاقة هؤلاء الشباب بوسائل الإعلام التقليدي، وتأثير استخدامهم لتوتير على علاقتهم بهذه الوسائل، وقد توصلت هذه الدراسة لبعض النتائج منها : انتشار استخدام توتير بين شباب العينة وأغلبهم يتعامل معه بصفة يومية مما يدل على عمق ارتباطهم به، وقد تركزت كثافة استخدام الشباب لتوتير في الأغراض الثلاثة التالية : المتابعة والقراءة فقط، التغريد، إعادة الإرسال، ومن أهم العوامل التي تجذب الشباب لتوتير هي على الترتيب : سهولة الاستخدام- العامل الإخباري- حرية التعبير- عامل التنوع- التواصل الاجتماعي والإثارة .

وقد هدفت **دراسة سلوى الفاضل ٢٠١٣م**(١٤) إلى التوصل لمعرفـــة الأبعاد الاجتماعية والثقافية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي مـــن قبـــل الشباب السعودي ومعرفة أنماط ودوافع استخدامه والإشباعات التي يحققهـــا استخدام هذه الشبكات للشباب من الجنسين، ومن أهم نتائج الدراسة ما يلـــي: أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما لدى الشباب: توتير وفيس بـــوك ويوتيوب وسكايب على التوالي مرتبة تنازليا، نسبة ٣٠% منهم تراوحت مدة استخدامهم لها بين ساعتين إلى 4ســـاعات يوميـــا ونصـــف أفـــراد العينـــة يستخدمونها في فترة المساء.

أهم دوافع الشباب السعودي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي تتمثل على التوالي في : التسلية والترفيه، وحب الاستطلاع، والتعارف والتواصل مع الآخرين، وشغل أوقات الفراغ، وزيادة المعرفة وتبادل المعلومات، ومشاركة الآخرين آرائهم وأفكارهم، ومتابعة الأخبار ومستجدات الأحداث العالمية، والتعرف على ثقافات أخرى مختلفة.

أما أهم الإشباعات التي تحققها هذه الشبكات فتتمثل في: توفر المعلومات، والشعور بالحرية في التعبير عن الرأي، والمعرفة بالعالم الخارجي، والالتقاء بأصدقاء قدامى بنسب تتراوح بين ٧٢% - ٥٠%.

ودراسة ناهس العضيانى ٢٠١٣م (١٥)التي هدفت إلى التعرف على مدى استخدام طلاب وطالبات المرحلة الثانوية. بمدينة الرياض للشبكات الاجتماعية ومعرفة أبرز الشبكات التي يستخدمونها ودوافع استخدامهم للشبكات والإشباعات المتحققة من استخدامها.

ومن أهم نتائج الدراسة ما يلي:

- أظهرت الدراسة أن ما نسبته 86% من عينة الدراسة يستخدمون الشبكات الاجتماعية، وهم الفئة الأكثر من مجتمع الدراسة وجاءت شبكة توتير في المرتبة الأولى من حيث تفضيل الاستخدام ثم المنتديات وأخيرا شبكة الفيس بوك.

- أشارت الدراسة إلى أن ما نسبته ٦٣%من إجمالي العينة يستخدمون الشبكات الاجتماعية باسم حقيقي وأن أغلبية أفرادها موافقين جدا على أن ما تحققه الشبكات لا تحققه الوسائل الإعلامية التقليدية .

أما دراسةk.johnston ٢٠١٣م(١٦) **فقد** هدفت إلى التعرف على استخدامات طلاب الجامعة لموقعي التواصل الاجتماعي فيس بوك وتوتير

والتعرف على مدى إدراكهم وموقفهم تجاههما وقد كشفت النتائج عن :

- اعتماد طلاب الجامعة بصورة أكثر على موقع فيس بوك مقارنة باستخدام موقع توتير

- رصد شعور أقل إيجابية من قبل الطلاب المستخدمين لموقع توتير.

- موقع فيسبوك الوسيلة الأشهر والأكثر شعبية في التواصل بين الطلاب.

ودراسة عبد الصادق حسن ٢٠١٣م(١٧) التي هدفت إلى التعرف على استخدام الشباب الجامعي البحريني لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع هذا الاستخدام والإشباعات المتحققة منه، وعلاقة ذلك بتعرضهم لوسائل الاتصال التقليدية

ومن أهم نتائج الدراسة ما يلي :

- كشفت النتائج عن زيادة استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي حيث تتعرض نسبة ٧٩,٤٢% لتلك المواقع بصفة دائمة بالمقارنة بنسبة ٥٢,٢١% للتلفزيون ٥٠,٤٤% للإذاعة ونسبة ١٦,٨% للصحف

- يفضل الشباب مواقع اليوتيوب والفيس بوك وتوتير بصفة أساسية . وتمثل الاستخدام الرئيسي لهذه المواقع في الصداقة لدى حوالي ثلاثة أرباع العينة.

ودراسة B. Ezumah ٢٠١٣م(١٨) التي هدفت إلى التعرف على مدي استخدام طلاب المرحلة الجامعية لموقع توتير ومدي انتشاره بينهم ، والتعرف كذلك على العوامل المؤثرة على تفضيلاتهم لتوتير وقد توصلت الدراسة إلي عدد من النتائج أهمها :

- يعتبر موقع توتير ثان أكثر مواقع التوصل الاجتماعي تفضيلا من قبل الطلاب.

- تحددت العوامل المؤثرة على تفضيلات الطلاب لموقع توتير في كونه يمتاز بسهولة التنقل والاستخدام، وأنه الأكثر شعبية بين الأصدقاء وأفراد الأسرة، ولتوفيره فرصة أكبر للتفاعل، ولسمته العالمية في شمول الأصدقاء الدوليين، ولتضمنه للعديد من المهام بما في ذلك القدرة على تحميل المعلومات وخصوصا الصور ومقاطع الفيديو والدردشة مع الأصدقاء.

وقد هدفت **دراسة احمد المنصورى٢٠١٢م**(١٩)إلى وصف استخدام الإماراتيين لتوتير كوسيلة اتصال جديدة ومؤثرة ووصف عادات استهلاك وأهم اتجاهات واهتمامات ودوافع المستخدمين.

ومن أهم نتائج الدراسة ما يلي:

- الاستخدام اليومي لتوتير: حوالي ٩٥% يدخلون حساباتهم يوميا، ومن يقضي ساعة ٢٨% وبين ساعتين وثلاث حوالي ٤٠% و ٤ساعات فأكثر ٢٩,٥%

- عدد المشاركات في توتير: ٤٦,٥% حدهم الأقصى 5 مشاركات يوميًا ٢٩,١ % من ٦ الـ١٥ مشاركة ١٢,٦% . يضعون من ١٦ إلي ٥٠ مشاركة يوميا، ٣,٤% يضعون أكثر من ٥٠ مشاركة يوميا، ٧,٧% يكتفون بالمتابعة فقط.

- الاستخدامات المعرفية جاءت بالنسبة الأعلى ٦٨% بالنسبة لعدد المشاركين، فهم يستخدمون توتير لأنه يلبي فضولهم واهتماماتهم العامة للحصول على المعلومات، بينما حصل من يعتبر توتير مصدرا موثوقا للمعلومات والأخبار على نسبة 34%.

وقد هدفت **دراسة آلاء سعود الزومان٢٠١٢م(٢٠)** إلى التعرف على طبيعة تعرض الشباب السعودي للشبكات الاجتماعية من حيث حجم الاستخدام وأنماطه ودوافعه ومن ثم الوصول إلى الإشــباعات المتحققــة مــن خــلال الاستخدام والعوامل المؤثرة في ذلك

ومن أهم نتائج الدراسة ما يلي:

ذيوع استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية .بما معدله ٩٦% وتفضيل غالبية العينة لخدمات محركات البحث في المقام الأول، يليها يوتيوب ثم توتير بينما يغيب الفيس بوك عن ساحة منافسة التفضيل.

وأشارت دراسة H. Bicen & N. Cavus٢٠١٢ م(٢١) في هــدفها الرئيسي إلى رصد عادات استخدام توتير عند طــلاب المرحلــة الجامعيــة واستكشاف مهام توتير المفضلة لديهم والتعرف على أماكن استخدام تــوتير، وعدد ساعات استخدام الطلاب لتوتير، وأفضل عادات المشاركة التي يفضلها الطلاب،

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

- يقضي غالبية العينة من طلاب المرحلة الجامعية معظم وقتهم فــي استخدام موقع توتير.

- جاءت الصور والفيديوهات، والموسيقي، والأخبار وموضــوعات تكنولوجيا المعلومات بجانب أخبار المجلات أهم العناصر تفضيلا وأكثرهــا مشاركة من قبل الطلاب في استخدامات توتير، مما يوضح توجــه الطــلاب نحو استخدام توتير بغرض التسلية والترفيه أولاً.

أما **دراسة كيحل فتيحة ٢٠١٢ م (٢٢)** فقد هدفت إلى تحديد تطبيقات الإعلام الجديد التي بإمكانها خلق الوعي البيئي وبناء الخلفيات الثقافية لقضايا البيئة وإشكالياتها . وكان من أهم نتائجها :

يحتل موقع الفيس بوك المرتبة الأولى من حيث الاستخدام يليه موقع اليوتيوب ثم موقع توتير – جاءت الإشباعات المعرفية في المرتبة الأولى تلتها الإشباعات الاجتماعية ثم الإشباعات الإعلامية .

وقد هدفت **دراسة على الأحمري ٢٠١١م (٢٣)** إلى معرفة مدى استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وأي المواقع أكثر جذبا لهم، وما تأثير هذا الجانب على حياتهم الاجتماعية، وما هي الدوافع وراء هذا الاتجاه، وما هي الطرق التي يتم بواسطتها استخدامهم للإنترنت

ومن أهم نتائج الدراسة ما يلي:

– أن هناك ما يقارب ٧٠% من أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، وأن ٣٠% من الذين تم سؤالهم ليس لهم دراية بتلك المواقع، وأن معظم الاستخدام يتم عن طريق جهاز الجوال والجهاز المكتبي، وأن وقت الاستخدام ما بين ٣-٤ ساعات يوميا.

– بلغت نسبة مستخدمي الفيس بوك حوالي ٥٢% مقابل حوالي ٣٣% لتوتير من إجمالي العينة وتركزت أهم أغراض التواصل الاجتماعي لديهم على التوالي في: سهولة التواصل مع الأصدقاء، وتبادل الأفكار ومعرفة آراء الآخرين في موضوع محدد، والتعرف على أشخاص جدد والاطلاع على مستجدات الأخبار المحلية والعالمية والمشاركة في القضايا الدينية والاجتماعية.

الاستفادة من الدراسات السابقة :

استفاد الباحث من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة بشكل دقيق وبلورة الخطة المنهجية للدراسة والتعرف على المناهج والأدوات المستخدمة، والاختيار الأمثل لمنهج وأداة الدراسة، واستفاد الباحث كذلك من الدراسات السابقة في صياغة الفروض وتساؤلات الدراسة بما يتلاءم مع أهداف الدراسة، كما استفاد منها الباحث في إعداد الاستبيان وتقسيمه.

ويمكن إجمال أهم مؤشرات الدراسات السابقة وموقف الدراسة الحالية منها:

١- اتضح من خلال الدراسات السابقة تمتع وسيلة توتير بالنسب الغالبة بالمقارنة بوسائل التواصل الاجتماعي الأخرى كما هو الحال في الدراسة الحالية.

٢- الدراسات السابقة الخاصة بوسائل الإعلام الجديد تشترك جميعا في استخدام السواد الأعظم من الشباب لها، لكن نسب الاستخدام وترتيب هذه الوسائل يختلف من دراسة إلى أخرى حسب أفراد العينة، كما هو الحال في الدراسة الحالية التي يحبذ الشباب الجامعي السعودي فيها توتير دون سائر وسائل الإعلام الأخرى كالفيس واليوتيوب .

٣- بعض الدراسات السابقة يتقدم فيها الفيس بوك واليوتيوب على توتير، وهذه النتيجة تختلف مع الدراسة الحالية.

٤- قلة الدراسات العربية في مجال استخدامات وسائل الإعلام الجديد (توتير) والاشباعات المتحققة منه في مجال الوعي البيئي، بينما الدراسة الحالية تناقش ذلك؟

سابعًا : تساؤلات الدراسة :

١- ما مدى استخدام طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد المتمثل في وسائل التواصل الاجتماعي في التعرض للإنترنت؟

٢- ما ترتيب وسائل الإعلام الجديد حسب درجة استخدام طلاب الجامعة لها؟

٣- ما معدل استخدام طلاب الجامعة لوسيلة توتير؟

٤- ما سبب اختيار طلاب الجامعة لوسيلة توتير؟

٥- ما الأوقات المفضلة لديكم لتصفح وسيلة توتير؟

٦- ما طبيعة الموضوعات التي تستهويك عبر وسيلة توتير؟

٧- هل تستهويك الموضوعات التي تتناول البيئة عبر توتير؟

٨- ما مدى المساهمة في نشر موضوعات تخص البيئة عبر توتير؟

٩- ما أشكال المساهمات البيئية التي تقوم بنشرها عبر توتير؟

١٠- ما تقييمك لوسيلة توتير في زيادة الوعي البيئي؟

١١- ما مدى مساهمة توتير في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة؟

١٢- ما درجة مساهمة توتير في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة؟

١٣- ما ترتيب الإشباعات التي يحققها لك توتير حسب درجة قوتها من ناحية زيادة الوعي البيئي؟

١٤- ما الإشباعات التي يحققها لك توتير في المجال البيئي؟

١٥- ما مدى الثقة في المضامين البيئية التي يقدمها توتير؟

فروض الدراسة :

الفرض الأول :

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (تويتر) ومدى الإشباعات المتحققة في زيادة الوعي البيئي لديهم.

الفرض الثاني :

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (تويتر) وبين متغيرات السن والجنس.

الفرض الثالث:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإشباعات التي يحققها تويتر وبين زيادة معلومات طلاب الجامعة للوعي البيئي لديهم.

الفرض الرابع :

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام طلاب الجامعة لتويتر ودرجة الثقة في المضامين البيئية التي تقدمها هذه الوسيلة.

تاسعًا : منهج الدراسة :

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح، والذي تم فيه مسح عينة من طلاب الجامعة السعوديين (ذكور- إناث) وهذا المنهج يعد الأنسب للدراسة للأسباب التالية: -

- قلة المعلومات عن البيانات المتعلقة بعلاقة طلاب الجامعة بمختلف أعمارهم (١٨-١٩-٢٠-٢١) بوسائل التواصل الاجتماعي خاصة تويتر والذي يختص بهذه الدراسة.

– الدراسات السابقة لم تتعرض كثيرا لاستخدامات طلاب الجامعة لوسيلة توتير في مجال الوعي البيئي، فمعظم الاستخدامات حول الاستخدام بطريقة عامة دون تفصيل المجالات المختلفة .

عاشرًا: أدوات جمع البيانات:

تم استخدام صحيفة استبيان للعينة محل الدراسة لتحقيق هدف الدراسة وتساؤلاتها، وذلك للتعرف على مدى استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (توتير) والإشباعات المتحققة في زيادة الوعي البيئي.

ولتوفير صدق البيانات تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين(*) في ضوء توجيهاتهم تم التعديل في صياغة الأسئلة وإضافة وحذف البعض الآخر وبالتالي تحقق الصدق الظاهري للبيانات

– كما تم إجراء اختبار قبلي لاستمارة الاستقصاء من خلال تطبيقها على عينة نسبتها ١٥% أي ما يعادل ٤٥ مفردة من الشباب من الجنسين، و

(*) قام الباحث بتحكيم استمارة الاستبيان على السادة المحكمين وهم كما يلي :

١- ا.د صابر سليمان عسران أستاذ الإعلام- قسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام-جامعة القاهرة

٢- ا.د محمود حسن إسماعيل أستاذ الإعلام ورئيس قسم الإعلام بمعهد الدراسات العليا للطفولة – جامعة عين شمس

٣- أ.م.د أحمد حسين محمد حسن رئيس قسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية – جامعة المنصورة

٤- د تامر محمد صلاح الدين سكر مدرس الإعلام – قسم الإذاعة والتليفزيون – جامعة فاروس بالإسكندرية- مصر

٥- د/ محمد عبد المنعم الشريف مدرس بكلية التربية – جامعة الزقازيق- مصر.

ذلك للتأكد من وضوح الأسئلة و سهولة فهمها و من ثم إعادة صياغة الاستمارة في صورتها النهائية وفقًا لملاحظات المبحوثين.

تم إعادة تطبيق الاستمارة على نفس العينة من المبحوثين و ذلك بعد مضي أسبوعين تقريبًا من تطبيق الاستمارة، و تم حساب نسبة الثبات بين التطبيقين وقد بلغت نسبة الثبات 0.94، وهي نسبة عالية تدل على قابلية استمارة الاستبيان للتطبيق.

الحادي عشر: نوع الدراسة:

هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى لرصد وتوصيف طبيعة تعرض طلاب الجامعة السعوديون لوسائل الإعلام الجديد خاصة توتير، وما هي الإشباعات المتحققة لديهم من جراء هذا الاستخدام في زيادة وعيهم البيئي.

الثاني عشر: مجتمع الدارسة والعينة

أ- **مجتمع الدراسة** : يتمثل مجتمع الدراسة في طلاب جامعة الحدود الشمالية بمدينة عرعر التابعة لدولة المملكة العربية السعودية، وقد تم اختيار جامعة الحدود الشمالية فقط لأنني أعمل بها، ولم أختر جامعة أخرى نظرا لتباعد المسافات بيني وبين الجامعات السعودية الأخرى، فأقرب جامعة لي هي جامعة الجوف، والمسافة بيني وبينها حوالي ٢٥٠ كيلو متر .

ب- **عينة الدراسة** : تم سحب عينة عمدية ممن يشاهدون وسائل الإعلام الجديد خاصة توتير من (٣٠٠) مبحوث (ذكور – إناث) من كليتي التربية والآداب والطب بمدينة عرعر بشطريها البنين والبنات، ١٥٠مبحوث (ذكور- إناث) للتربية والآداب ١٥٠مبحوث (ذكور- إناث) لكلية الطب موزعين ٧٥ (ذكور)، ٧٥(إناث) لكل كلية، في سنوات الدراسة المختلفة

أعمار (١٨- ١٩- ٢٠- ٢١) سنة، وقد تم إجراء الدراسة على هذه العينة السابقة نظرا لأن حجم العينة الأصلية الممثلة لجامعة الحدود الشمالية ليس كبيرا، نظرا لأنها جامعة ما زالت ناشئة فعمرها حوالي ٨ سنوات فقط، بل إن الطلاب فيها أقل من المعدلات المتعارف عليها دوليا، وذلك نظرا لأن الجامعة تقع في محافظة حدودية نائية بعيدة عن باقي محافظات المملكة، لذا جاء اختيار عينة الدراسة من ٣٠٠ مبحوث وقد روعي فيها ما يلي :

١- أن تكون ممثلة للذكور والإناث.

٢- أن تمثل العينة مزيج من الكليات العملية (كلية الطب) والكليات النظرية (كلية التربية والآداب).

الثالث عشر: المفاهيم الأساسية للبحث:

وسائل الإعلام الجديد : (يعرفها الباحث على أنها) :

وسائل جديدة تم التعارف عليها في السنين القليلة الماضية وقد تم تعميمها في جميع أنحاء العالم، وهى للتواصل بين الجنس البشرى في شتى أنحاء العالم فلا يقف في وجهها أي عائق ولا أمضى سلاح، **وهى** وسائل اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل المرئي والسمعي وتبادل الصور وغيرها لمستخدميها في أي مكان من أرجاء العالم وفي أي وقت يشاءون دون قيود، ومن أبرزها (الفيس بوك – تويتر – اليوتيوب).

طلاب الجامعة : يقصد بهم في هذه الدراسة (المعنى الإجرائي) من هم في مرحلة المراهقة المتأخرة من (١٨-٢١ عام) ويمثل عينة طلاب الجامعة في هذه الدراسة طلاب وطالبات كليتي التربية والآداب والطب (بنين – بنات) بجامعة الحدود الشمالية – المملكة العربية السعودية.

الوعي البيئي : (يعرفه الباحث على أنه):

إدراك الفرد لنفسه وللمحيطين به، والتعرف على المشكلات البيئية المختلفة وإيجاد سبل سريعة لحلها .

و يمكن تحقيق الوعي البيئي عند الإنسان متى تمت مراعاة ما يلي :

أولاً : التركيز على تنمية الجانب الإيماني عند الإنسان، إذ إن هذا الجانب يؤكد على ضرورة تعامل الإنسان مع البيئة من منطلقٍ إيماني خالص يُربي الإنسان على أهمية احترام هذه البيئة وحسن التعامل مع مكوناتها .

ثانيًا : غرس الشعور بالانتماء الصادق للبيئة في النفوس، والحث على إدراك عمق العلاقة الإيجابية بين الإنسان والبيئة بما فيها من كائناتٍ ومكونات .

ثالثًا : العناية بتوفير المعلومات البيئية الصحيحة، والعمل على نشرها وإيصالها بمختلف الطرق والوسائل التربوية، والتعليمية، والإعلامية، والإرشادية لجميع أفراد وفئات المجتمع .

رابعًا: إخضاع جميع العلوم والمعارف ذات العلاقة بالنظام البيئي لتعاليم وتوجيهات الدين الإسلامي الحنيف وتربيته الإسلامية الصحيحة حتى يكون استخدامها إيجابيًا و نافعًا و مُتفقًا مع الصالح العام(٢٤).

١- خصائص عينة الدراسة :

جدول (١)

يوضح وصف عينة الدراسة

خصائص العينة		إجمالي العدد	إجمالي النسبة
النوع	ذكور	١٥٠	٥٠ %
	إناث	١٥٠	٥٠ %
	جملة	٣٠٠	%١٠٠
الكلية	كلية التربية والآداب	١٥٠	٥٠ %
	كلية الطب	١٥٠	٥٠ %
	جملة	٣٠٠	%١٠٠
التخصص	نظري	١٥٠	٥٠ %
	عملي	١٥٠	٥٠ %
	جملة	٣٠٠	%١٠٠
السن	١٨ عام	٧٥	%٢٥
	١٩ عام	٧٥	%٢٥
	٢٠ عام	٧٥	%٢٥
	٢١ عام	٧٥	%٢٥
	جملة	٣٠٠	%١٠٠
	العدد	٣٠٠	
	المتوسط	١٩,٥	
	الانحراف المعياري	١,١٢	

يتبين من الجدول السابق الآتي : من حيث النوع: نسبة ٥٠% ذكور، ونسبة ٥٠% منهم إناث.

من حيث الكلية : نسبة ٥٠% من أفراد العينة بكلية التربية والآداب ونسبة ٥٠% منهم بكلية الطب، أما من ناحية التخصص نسبة ٥٠% من أفراد العينة يدرسون دراسة نظرية ونسبة ٥٠% منهم يدرسون دراسة عملية ، أما من حيث المراحل العمرية فنجد أن أعمار أفراد العينة (١٨- ١٩- ٢٠- ٢١) لكلا الكليتين و نسبة كل عمر منهم ٢٥% بمعدل ٧٥ مبحوث لكل عمر، حيث أن متوسط أعمار أفراد العينة ١٩,٥ سنة وانحراف معياري ١,١٢ سن.

ويتبين من هذه البيانات أن العينة مختلفة النوع ١٥٠ذكور و١٥٠إناث و تشمل كذلك الكليات النظرية والعملية على حد سواء، وكذلك اختلاف الأعمار بين أفراد العينة، وذلك لتوضيح الفروق بينهما في شتى هذه الفروع، وذلك لإعطاء بيانات ونتائج جيدة تجعل الدراسة ذات نتائج ملموسة وايجابية تحقق النفع للدراسات البحثية مستقبلا.

٢- معدل استخدام الانترنت:

جدول (٢)

يوضح معدل استخدام الانترنت

معدل استخدام الانترنت	الإجمالي	
	ك	%
دائما	٢٠٧	٦٩
أحيانا	٩٣	٣١
جملة	٣٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ٦٩% من أفراد العينة يستخدمون الانترنت دائما، ونسبة ٣١% منهم يستخدمونها أحيانا، أي أن أفراد العينة جميعا يستخدمون الانترنت ما بين (دائما) و(أحيانا).

تتفق هذه النتيجة مع دراسة رباب رأفت الجمال ٢٠١٣(٢٥).

٣- مدى استخدام طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد المتمثل في وسائل التواصل الاجتماعي في التعرض للإنترنت:

جدول (٣)

يوضح مدى استخدام طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد المتمثل في وسائل التواصل الاجتماعي في التعرض للإنترنت

مدى استخدام طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد المتمثل في وسائل التواصل الاجتماعي في التعرض للإنترنت	الإجمالي	
	ك	%
دائما	٢٤٧	٨٢,٣
أحيانا	٥٣	١٧,٧
جملة	٣٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق : أن نسبة ٨٢,٣% من أفراد العينة يستخدمون(دائما) وسائل الإعلام الجديد المتمثل في وسائل التواصل الاجتماعي، ونسبة ١٧,٧% منهم يستخدمونها (أحيانا)، وهذا يدل على جميع أفراد العينة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لكن النسبة الغالبة فيهم يستخدمونها دائما.

٤- ترتيب وسائل الإعلام الجديد حسب درجة استخدامها:

جدول (٤) يوضح ترتيب وسائل التواصل الاجتماعي حسب درجة استخدامها ن=٣٠٠

وسائل التواصل الاجتماعي	الترتيب									متوسط	ترتيب
	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩		
تويتر	١٤٣	٥٨	١٤	١٤	١٤	١٤	١٤	١٤	١٥	٧,١	**١**
الفيس بوك	٤٤	٥٥	١١٦	٢٨	١٤	١٤	١٤	١٥	٠	٦,٧	**٣**
اكسنج Xing	١٤	١٤	٢٨	٨٦	١٤	١٤	١٥	٣٠	٨٥	٤,٢	**٥**
ماي سبيس MySpace	٨	١٤	١٤	٢٨	٨٦	١٥	٣٠	٨٥	٢٠	٤,١	**٦**
اليوتيوب	٣٤	١١٦	٧١	١٤	٢٩	٠	١٤	١٤	٨	٦,٨	**٢**
لايف بوون	٢٨	١٤	٠	٥٨	٠	٨٦	٧٢	١٤	٢٨	٤,٤	**٤**
هاي فايف	١٤	٠	٢٩	٠	٧١	٥٨	٧٢	٤٢	١٤	٤,١	٦
أوركت	٠	٢٩	٠	٢٨	٥٨	٥٧	٢٨	٧٢	٢٨	٣,٩	٧
تاجد	١٥	٠	٢٨	٥٨	١٤	٤٢	٢٧	١٤	١٠٢	٣,٨	٨

يتضح من الجدول السابق : أن ترتيب وسائل الإعلام الجديد حسب درجة استخدامها هي :

تونير بمتوسط ٧,١ في الترتيب الأول، ثم اليوتيوب بمتوسط ٦,٨ في الترتيب الثاني، ثم الفيس بوك بمتوسط ٦,٧ في الترتيب الثالث، ثم لايف بوون بمتوسط ٤,٤ في الترتيب الرابع، ثم اكسنج Xing بمتوسط ٤,٢ في الترتيب الخامس، وهذا ما تؤكده وتختلف معه بعض الدراسات السابقة فالدراسات التي تؤكد هذه النتيجة هي : دراسة **عبد الله الوزان2015** (٢٦)، **دراسة تغريد محمد عبد الله المالكي ٢٠١٢ م**(٢٧)، و **دراسة ناهس العضيانى ٢٠١٣م** (٢٨) أما الدارسات التي تختلف مع هذه النتيجة هي:

دراسة على الأحمري ٢٠١١م. (٢٩)، دراسة آلاء بنت سعود إبراهيم الزومان٢٠١٢م. (٣٠)، دراسة كيحل فتيحة ٢٠١٢ م.(٣١)

٥- معدل استخدام طلاب الجامعة لوسيلة توتير:

جدول (٥)

يوضح معدل استخدام طلاب الجامعة لوسيلة توتير

معدل استخدام طلاب الجامعة لوسيلة توتير	الإجمالي	
	ك	%
دائما	٢٢٥	٧٥
أحيانا	٧٥	٢٥
جملة	٣٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق : أن نسبة ٧٥% من أفراد العينة يستخدمون وسيلة التواصل توتير دائما، ونسبة ٢٥% منهم يستخدمونها أحيانا، أي أن جميع أفراد العينة يستخدمون وسيلة توتير نظرا لأن الباحث اختار عينة عمدية ممن يشاهدون وسائل الإعلام الجديد.

٦- سبب اختيار طلاب الجامعة لوسيلة توتير:

جدول (٦)

يوضح سبب اختيار طلاب الجامعة لوسيلة توتير

سبب اختيار طلاب الجامعة لوسيلة توتير	الإجمالي ن=٣٠٠		الترتيب
	ك	%	
سهولة الاستخدام	١٥٥	٥١,٧	٣
انتشاره الواسع بين الشباب	٢٧٠	٩٠	١
خصوصية هذه الوسيلة	٩٢	٣٠,٧	٥

سبب اختيار طلاب الجامعة لوسيلة توتير	الإجمالي ن=٣٠٠		الترتيب
	ك	%	
صدق معلوماته	١٢١	٤٠,٣	٤
يستهويني ويحقق رغباتي	٢١١	٧٠,٣	٢

يتضح من الجدول السابق : أن نسبة ٩٠% من أفراد العينة يختارون وسيلة توتير لانتشاره الواسع بين الشباب محققا الترتيب الأول ونسبة ٧٠,٣% منهم اختاروا توتير لأنه يستهويهم ويحقق رغباتهم محرزا الترتيب الثاني، ونسبة ٥١,٧% منهم اختاروه لسهولة الاستخدام وجاء في الترتيب الثالث، ونسبة ٤٠,٣% منهم اختاروه لصدق معلوماته في الترتيب الرابع.

تختلف هذه النتيجة مع **دراسة محمد السويد ٢٠١٥م**(٣٢)حيث أن أفراد العينة يختارون توتير نظرا لسهولة استخدامه في الترتيب الأول بينما سهولة استخدام توتير في هذه الدراسة تأتى في المرتبة الثالثة.

٧- مدى مواجهة صعوبات في استخدام وسيلة توتير:

جدول (٧)

يوضح مدى مواجهة صعوبات في استخدام وسيلة توتير

مدى مواجهة صعوبات في استخدام وسيلة توتير	الإجمالي	
	ك	%
دائما	٢	٠,٧
أحيانا	١٨	٦
لا	٢٨٠	٩٣,٣
جملة	٣٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق : أن نسبة ٠,٧% من أفراد العينة يواجهون صعوبات في استخدام وسيلة توتير دائما، ونسبة ٦% منهم يواجهونها أحيانا، ونسبة ٩٣,٣% منهم لا يواجهون صعوبات في استخدام وسيلة توتير، وهذا يدلل على أن معظم أفراد العينة يؤكدون على سهولة استخدام توتير حتى للمبتدأ بالمقارنة بالفيس بوك واليوتيوب، وهذا ما أكدته الممارسة الفعلية من قبل الباحث فتوتير بالفعل أسهل بكثير من تطبيقات الفيس بوك، والتي لا يحبذها ولا يهواها الكثير من السعوديين على جميع المستويات، وذلك عن طريق التجربة الشخصية لي مع المواطنين السعوديين في معظم الأعمار والمستويات.

٨- الصعوبات التي تواجه طلاب الجامعة في استخدام توتير:

جدول (٨)

يوضح الصعوبات التي تواجهك في استخدام توتير

الصعوبات التي تواجهك في استخدام توتير	الإجمالي ن=٢٠		ترتيب
	ك	%	
لا يعطيني المعلومات الكافية عن الموضوعات المختلفة	١٧	٨٥	١
صعوبات لغوية	٩	٤٥	٣
تذبذبات الاتصال بالإنترنت	١٢	٦٠	٢
معلوماته دسمة لا أفهمها كثيرا	٧	٣٥	٤

يتضح من الجدول السابق : أن نسبة ٨٥% من أفراد العينة يرون أن الصعوبات التي تواجههم في استخدام توتير أنه لا يعطيهم المعلومات الكافية عن الموضوعات المختلفة، ونسبة ٦٠% منهم يرون أنها بسبب تذبذبات

الاتصال بالإنترنت، ونسبة ٤٥% منهم يرون أنها صعوبات لغوية، ونسبة ٣٥% منهم يرون أن معلوماته دسمة لا أفهمها كثيرا.

٩- كم من الوقت يقضى طلاب الجامعة عبر توتير:

جدول (٩)

يوضح كم من الوقت يمضى طلاب الجامعة عبر توتير

كم من الوقت يمضى طلاب الجامعة عبر توتير	الإجمالي	
	ك	%
أقل من ساعة	١١	٣,٧
من ساعة إلى ساعتين	١٣٠	٤٣,٣
من ساعتين إلى خمس ساعات	١٢٠	٤٠
خمس إلى سبع ساعات	٣٠	١٠
من سبع ساعات فأكثر	٩	٣
جملة	٣٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق : أن نسبة ٤٣,٣% من أفراد العينة يقضون من ساعة إلى ساعتين في استخدام وسيلة توتير، ونسبة ٤٠% منهم يقضون من ساعتين إلى خمس ساعات، ونسبة ١٠% منهم يقضون من خمس إلى سبع ساعات.

تتفق هذه النتيجة مع **دراسة احمد المنصورى٢٠١٢م(٣٣)، دراسة على الأحمري ١٤٣٤(٣٤)** وتختلف مع **دراسة كيحل فتيحة ٢٠١٢ م.(٣٥)**

١٠- الأوقات المفضلة لتصفح وسيلة توتير:

جدول (١٠)

يوضح الأوقات المفضلة لتصفح وسيلة توتير

الأوقات المفضلة لتصفح وسيلة توتير	الإجمالي ن=٣٠٠		ترتيب
	ك	%	
صباحا	٩٦	٣٢	٣
ظهرا	٨٠	٢٦,٧	٤
عصرا	٦٤	٢١,٣	٥
مساءا	١٣٦	٤٥,٣	١
السهرة	١٢٠	٤٠	٢

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٤٥,٣% من أفراد العينة يفضلون تصفح وسيلة توتير في المساء، ونسبة ٤٠% منهم يفضلون تصفحها في السهرة، ونسبة ٣٢% منهم يفضلون تصفحها صباحا، ونسبة ٢٦,٧% منهم يفضلون تصفحها ظهرا.

اتفقت هذه النتيجة مع **دراسة سلوى الفاضل ٢٠١٣م(٣٦)**في أن فترة المساء أخذت الترتيب الأول في التوقيتات المختلفة كما في الدراسة الحالية.

١١- في أي مكان تستخدم توتير:

جدول (١١)

يوضح في أي مكان تستخدم توتير

في أي مكان تستخدم توتير	الإجمالي	
	ك	%
المنزل	٢٠٠	٦٦,٧
الجامعة	٨٥	٢٨,٣
مقاهي الانترنت	١٥	٥
جملة	٣٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٦٦,٧% من أفراد العينة يستخدمون وسيلة توتير في المنزل، ونسبة ٢٨,٣% منهم يستخدمونها في الجامعة، ونسبة ٥% منهم يستخدمونها في مقاهي الانترنت، وهذه النسب صحيحة نظرا لتواجد طلاب الجامعة أغلب أوقاتهم بالمنزل، هذا فضلا عن أن جامعات المملكة العربية السعودية جميعا بها انترنت مخصص لجميع الفئات خاصة الطلاب، وذلك لاستخدامه في العملية التعليمية، أما المقاهي فنسب استخدام الانترنت فيها قليل بحكم أن الإنترنت معه في كل مكان.

١٢- طبيعة الموضوعات التي تستهوي طلاب الجامعة عبر توتير:

جدول (١٢)

يوضح طبيعة الموضوعات التي تستهوي طلاب الجامعة عبر توتير

طبيعة الموضوعات التي تستهوي طلاب الجامعة عبر توتير	الإجمالي ن=٣٠٠		ترتيب
	ك	%	
ثقافية	١٧٤	٥٨	٦
اجتماعية	٢٤٤	٨١,٣	٣
سياسية	١٩٥	٦٥	٥
علمية	٢١٦	٧٢	٤
عسكرية	١٢٨	٤٢,٧	٨
أدبية	٩٦	٣٢	٩
بيئية	١٤٤	٤٨	٧
عامة	٢٦٥	٨٨,٣	١
موضوعات رياضية	٢٥٨	٨٦	٢
جميع ما سبق	٨	٢,٧	١٠

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٨٨,٣% من أفراد العينة تستهويهم الموضوعات العامة عبر وسيلة توتير، ونسبة ٨٦% منهم تستهويهم الموضوعات الرياضية، ونسبة ٨١,٣% منهم تستهويهم الموضوعات الاجتماعية، ونسبة ٧٢% منهم تستهويهم الموضوعات العلمية، أما الموضوعات البيئية فتأتى في الترتيب السابع لأن اهتمامات معظم الشباب ليست بيئية، إنما يأخذون المعلومات البيئية على أنها هامشية لا قيمة لها بالمقارنة بالموضوعات العامة والرياضية والاجتماعية التي تمثل لهم كل شيء في الحياة، وهذا هو واقع الشباب في معظم المجتمعات.

تختلف هذه النتيجة مع دراسة نعيم المصرى٢٠١١ م(٣٧)حيث كشفت دراسته أن الموضوعات التي يفضل المبحوثون التفاعل معها هي الموضوعات السياسية والإخبارية ثم الثقافية ثم الاجتماعية ثم الدينية .

١٣- أكثر دور يؤديه توتير بالنسبة للمستخدم:

جدول (١٣)

يوضح أكثر دور يؤديه توتير بالنسبة للمستخدم

أكثر دور يؤديه توتير بالنسبة للمستخدم	الإجمالي ن=٣٠٠		ترتيب
	ك	%	
دور اجتماعي	٨٨	٢٩,٣	٤
دور إعلامي	٢٣٧	٧٩	١
دور ترفيهي	١٣٦	٤٥,٣	٣
دور توعوي	١٨١	٦٠,٣	٢

يتضح من الجدول السابق : أن نسبة ٧٩% من أفراد العينة يرون أن أكثر دور يؤديه توتير بالنسبة للمستخدم هو الدور الإعلامي، ونسبة ٦٠,٣% منهم يرون أنه الدور التوعوي، ونسبة ٤٥,٣% منهم يرون أنه الدور الترفيهي، ونسبة ٢٩,٣% منهم يرون أنه الدور الاجتماعي.

١٤- هل تستهويك الموضوعات التي تتناول البيئة عبر توتير:

جدول (١٤)

يوضح هل تستهويك الموضوعات التي تتناول البيئة عبر توتير

هل تستهويك الموضوعات التي تتناول البيئة عبر توتير	الإجمالي	
	ك	%
دائما	٦٥	٢١,٧
أحيانا	١٨٧	٦٢,٣
لا	٤٨	١٦
جملة	٣٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق : أن نسبة ٢١,٧% من أفراد العينة تستهويهم الموضوعات التي تتناول البيئة عبر توتير دائما، ونسبة ٦٢,٣% منهم تستهويهم أحيانا، ونسبة ١٦% منهم لا تستهويهم الموضوعات التي تتناول البيئة عبر توتير، أي أن معظم أفراد العينة يتابعون الموضوعات البيئية عبر توتير.

١٥- مدى المساهمة في نشر موضوعات تخص البيئة عبر توتير:

جدول (١٥)

يوضح مدى المساهمة في نشر موضوعات تخص البيئة عبر توتير

مدى المساهمة في نشر موضوعات تخص البيئة عبر توتير	الإجمالي	
	ك	%
دائما	٦٣	٢١
أحيانا	٢١٥	٧١,٧
لا	٢٢	٧,٣
جملة	٣٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق : أن نسبة ٢١% من أفراد العينة يساهمون دائما في نشر موضوعات تخص البيئة عبر توتير، ونسبة ٧١,٧% منهم يساهمون في النشر أحيانا، ونسبة ٧,٣% منهم لم يساهموا في نشر موضوعات تخص البيئة عبر توتير.

١٦- أشكال المساهمات البيئية التي تقوم بنشرها عبر توتير:

جدول (١٦)

يوضح أشكال المساهمات البيئية التي تقوم بنشرها عبر توتير

أشكال المساهمات التي تقوم بنشرها عبر توتير	الإجمالي ن=٢٧٨		ترتيب
	ك	%	
صور	١٨٩	٦٨	٣
تعليقات	١٢٦	٤٥,٣	٤
مقالات	١٠٥	٣٧,٨	٥
أخبار	٢٣٨	٨٥,٦	١
فيديوهات	٢١٧	٧٨,١	٢
رسومات	٧٧	٢٧,٧	٦
جميع ما سبق	٤٩	١٧,٦	٧

يتضح من الجدول السابق : أن نسبة ٨٥,٦% من أفراد العينة يساهمون بنشر الأخبار البيئية في توتير، ونسبة ٧٨,١% منهم يساهمون بنشر فيديوهات، ونسبة ٦٨% منهم يساهمون بنشر صور، ونسبة ٤٥,٣% منهم يساهمون بنشر تعليقات.

تختلف هذه النتيجة مع **دراسة كيحل فتيحة ٢٠١٢ م**(٣٨)، حيث أن الصور فيها احتلت المركز الأول

١٧- هل لك أصدقاء عبر توتير لديهم اهتمامات بيئية:

جدول (١٧)

يوضح هل لك أصدقاء عبر توتير لديهم اهتمامات بيئية

هل لك أصدقاء عبر توتير لديهم اهتمامات بيئية	الإجمالي	
	ك	%
نعم	١٠١	٣٣,٧
لا	١٩٩	٦٦,٣
جملة	٣٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق : أن نسبة ٣٣,٧% من أفراد العينة لديهم أصدقاء عبر توتير لديهم اهتمامات بيئية، ونسبة ٦٦,٣% منهم ليس لديهم أصدقاء عبر توتير لديهم اهتمامات بيئية.

١٨- تقييمك لوسيلة توتير في زيادة الوعي البيئي:

جدول (١٨)

يوضح تقييمك لوسيلة توتير في زيادة الوعي البيئي

تقييمك لوسيلة توتير في زيادة الوعي البيئي	الإجمالي	
	ك	%
جيدة	١٤٠	٤٦,٧
متوسطة	١٣٥	٤٥
مقبولة	٢٠	٦,٧
ضعيفة	٥	١,٧
جملة	٣٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ٤٦,٧% من أفراد العينة تقييمهم لوسيلة تويتر في زيادة الوعي البيئي بأنها جيدة، ونسبة ٤٥% منهم تقييمهم لها على أنها متوسطة، ونسبة ٦,٧% منهم تقييمهم لها على أنها مقبولة، ونسبة ١,٧% منها تقييمهم لها على أنها ضعيفة.

١٩- مدى مساهمة تويتر في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة:

جدول رقم (١٩)

يوضح مدى مساهمة تويتر في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة

مدى مساهمة تويتر في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة	الإجمالي	
	ك	%
دائما	٥٦	١٨,٧
أحيانا	٢٢٠	٧٣,٣
لا	٢٤	٨
جملة	٣٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق : أن نسبة ١٨,٧% من أفراد العينة يرون أن تويتر يساهم دائما في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة، ونسبة ٧٣,٣% منهم يرون أنه يساهم (أحيانا)، ونسبة ٨% منهم يرون أن وسيلة تويتر لا تساهم في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة Sheedy, C.2011(٣٩) الذي أكد على أن مواقع الشبكات الاجتماعية بإمكانها زيادة الوعي العالمي حول قضية ما .

١٦- درجة مساهمة تويتر في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة:

جدول (٢٠)

يوضح درجة مساهمة توتير في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة

درجة مساهمة توتير في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة	الإجمالي	
	ك	%
كبيرة	٤	١,٤
متوسطة	١٩٨	٧١,٧
مقبولة	٦٩	٢٥
ضعيفة	٥	١,٨
جملة	٢٧٦	١٠٠

يتضح من الجدول السابق : أن نسبة ١,٤% من أفراد العينة يرون أن مساهمة توتير في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة تكون كبيرة، ونسبة ٧١,٧% منهم يرون أنها مساهمة متوسطة، ونسبة ٢٥% منهم يرون أن مساهمته مقبولة، ونسبة ١,٨% منهم يرون أنها مساهمة ضعيفة.

٢١- مدى الاشتراك في جمعيات بيئية ناشطة عبر توتير:

جدول (٢١)

يوضح مدى الاشتراك في جمعيات بيئية ناشطة عبر توتير

مدى الاشتراك في جمعيات بيئية ناشطة عبر توتير	الإجمالي	
	ك	%
نعم	٤١	١٣,٧
لا	٢٥٩	٨٦,٣
جملة	٣٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق : أن نسبة ١٣,٧% من أفراد العينة يشتركون في جمعيات بيئية ناشطة عبر توتير، ونسبة ٨٦,٣% منهم لا يشتركون في جمعيات بيئية ناشطة عبر توتير، وذلك لضعف تواجد هذه الجمعيات بين الشباب، أو أن الشباب غير مقبولين على مثل هذه الجمعيات، وإذا اشتركوا فيها فيكون ذلك من باب الفضول والمعرفة، وليس من أجل الحب والتفاني في خدمة البيئة.

٢٢- اسم الجمعيات التي اشتركت فيه:

جدول (٢٢)

يوضح اسم الجمعيات التي اشتركت فيه

اسم الجمعيات التي اشتركت فيه	الإجمالي	
	ك	%
جمعية البيئة والنظافة	١٣	٣١,٧
جمعية محبي البيئة	١٧	٤١,٥
جمعية بيئتي نظيفة	١١	٢٦,٨
جملة	٤١	١٠٠

يتضح من الجدول السابق : أن نسبة ٤١,٥% من أفراد العينة يشتركون في جمعية محبي البيئة، ونسبة ٣١,٧% منهم يشتركون في جمعية البيئة والنظافة، ونسبة ٢٦,٨% منهم يشتركون في جمعية بيئتي نظيفة.

٢٣- ترتيب الإشباعات التي يحققها لك توتير حسب درجة قوتها من ناحية زيادة الوعي البيئي:

جدول (٢٣)

يوضح ترتيب الإشباعات التي يحققها لك توتير حسب درجة قوتها من ناحية زيادة الوعي البيئي ن=٣٠٠

الإشباعات	الترتيب							متوسط	ترتيب
	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧		
إشباعات إعلامية	١٢٨	٦١	٤٠	٢٤	٢٤	٠	٢٣	٥,٥	١
إشباعات المشاركة بالرأي	٢١	٢٠	٤٠	٦٠	٤٤	٧١	٤٤	٣,٤	٥
إشباعات مراقبة البيئة	٠	٠	٤١	٤٠	١٠٧	٦٤	٤٨	٢,٩	٧
إشباعات التسلية	٢٠	٠	٠	٨٨	٦٤	٨٤	٤٤	٣,٠	٦
إشباعات اجتماعية	٢٤	٦٤	١١١	٠	٦١	٢٠	٢٠	٤,٥	٣
إشباعات معرفية	٦٤	١٣٥	٢٠	٠	٠	٦١	٢٠	٥,٠	٢
إشباعات شبه اجتماعية	٤٣	٢٠	٤٨	٨٨	٠	٠	١٠١	٣,٧	٤

يتضح من الجدول السابق : أن الإشباعات الإعلامية تأخذ الترتيب الأول في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة أفراد العينة الذين يستخدمون توتير، ثم تأتى الإشباعات المعرفية في الترتيب الثاني، والترتيب الثالث يكون من نصيب الإشباعات الاجتماعية، أما الرابع والخامس فيكون

من نصيب الإشباعات شبه الاجتماعية و إشباعات المشاركة بالرأي على التوالي، وتأتى إشباعات مراقبة البيئة في الترتيب الأخير لأن اهتمامات معظم الشباب ليست بيئية .

تتفق هذه النتيجة مع **دراسة سلوى الفاضل ٢٠١٣م(٤٠)**في ترتيب الإشباعات حيث كانت الإعلامية فيها في الترتيب الأول ثم تلتها المعرفية، واختلفت مع **دراسة كيحل فتيحة ٢٠١٢ م(٤١)**، حيث كانت الإشباعات المعرفية فيها في المركز الأول تلتها الإشباعات الاجتماعية.

٢٤- الإشباعات التي يحققها لك توتير في المجال البيئي:

جدول (٢٤)

يوضح الإشباعات التي يحققها لك توتير في المجال البيئي ن=٣٠٠

العبارة		دائما		أحيانا		نادرا		متوسط	الاتجاه
		ك	%	ك	%	ك	%		
إشباعات إعلامية	التعرف على الأخبار البيئية المحلية	٢٥٨	٨٦	٣٠	١٠	١٢	٤	٢,٨٢	دائما
	الاطلاع على الأحداث البيئية في العالم	٢٤٠	٨٠	٤٢	١٤	١٨	٦	٢,٧٤	دائما
	الإلمام بمختلف الموضوعات والقضايا البيئية	٧٢	٢٤	١٥٤	٥١,٣	٧٤	٢٤,٧	١,٩٩	أحيانا
إشباعات المشاركة بالرأي	جعلتني أعبر عن آرائي بحرية نحو أي قضية بيئية	٨٧	٢٩	١٣٣	٤٤,٣	٨٠	٢٦,٧	٢,٠٢	أحيانا
	عززت من آرائي خلال مناقشاتي	١١٦	٣٨,٧	١٠٦	٣٥,٣	٧٨	٢٦	٢,١٣	أحيانا

العبارة		دائما		أحيانا		نادرا		متوسط	الاتجاه
		ك	%	ك	%	ك	%		
	مع الآخرين								
	جعلتني أشعر بالثقة بالنفس	١٩٨	٦٦	٥٤	١٨	٤٨	١٦	٢,٥٠	دائما
	جعلتني أتبنى رأى من يعجبني من آراء المستخدمين الآخرين	١٧١	٥٧	٨٧	٢٩	٤٢	١٤	٢,٤٣	دائما
اشباعات مراقبة البيئة	عرفتني بأحداث وقضايا عديدة في المجال البيئي	٦٥	٢١,٧	١٥٩	٥٣	٧٦	٢٥,٣	١,٩٦	أحيانا
	اكتساب مهارات جديدة تفيدني في الدراسة مستقبلا	٧٢	٢٤	١٥٠	٥٠	٧٨	٢٦	١,٩٨	أحيانا
	القدرة على تكوين آراء عن القضايا والأحداث التي تدور من حولي خاصة من الناحية البيئية	٨٤	٢٨	١٤٢	٤٧,٣	٧٤	٢٤,٧	٢,٠٣	أحيانا
	الشعور بالأمان من خلال المعرفة البيئية التي أحصل عليها من شبكات التواصل الاجتماعي	١١٦	٣٨,٧	١١٧	٣٩	٦٧	٢٢,٣	٢,١٦	أحيانا
اشباعات التسلية	ساعدتني على ملء أوقات الفراغ	٢٠٨	٦٩,٣	٥٢	١٧,٣	٤٠	١٣,٣	٢,٥٦	دائما

العبارة		دائما		أحيانا		نادرا		متوسط	الاتجاه
		ك	%	ك	%	ك	%		
	أشبعت لدي حب التسلية	١٨٨	٦٢,٧	٧٧	٢٥,٧	٣٥	١١,٧	٢,٥١	دائما
اشباعات اجتماعية	المشاركة في الحملات البيئية التطوعية التي يتم إطلاقها عبر توتير	٦٦	٢٢	١٥٠	٥٠	٨٤	٢٨	١,٩٤	أحيانا
	المشاركة الفعلية في جمعيات بيئية ناشطة عبر توتير	٧٨	٢٦	١٣٨	٤٦	٨٤	٢٨	١,٩٨	أحيانا
	التعرف على المعلومات البيئية المختلفة محليا وعالميا	١٠٨	٣٦	١١٤	٣٨	٧٨	٢٦	٢,١٠	أحيانا
إشباعات معرفية	زيادة رصيدك المعرفي المتعلق بالبيئة ومشاكلها	٢٠٤	٦٨	٤٨	١٦	٤٨	١٦	٢,٥٢	دائما
	المساهمة في معالجة وطرح القضايا البيئية	١٨٠	٦٠	٧٨	٢٦	٤٢	١٤	٢,٤٦	دائما
	زيادة الوعي البيئي لديك	١٣٨	٤٦	١٢٠	٤٠	٤٢	١٤	٢,٣٢	أحيانا
اشباعات شبه اجتماعية	سهّلت لي التواصل مع الأهل والأصدقاء وزملاء الدراسة من الناحية البيئية	٥٧	١٩	١٥٩	٥٣	٨٤	٢٨	١,٩١	أحيانا
	جعلتني اجتماعيًا	٧٤	٢٤,٧	١٤٢	٤٧,٣	٨٤	٢٨	١,٩٧	أحيانا

العبارة	دائما		أحيانا		نادرا		متوسط	الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%		
أكثر في المجال البيئي								
جعلتني أعىد الاتصال بالأصدقاء القدامى المهتمين بالوعي البيئي الذىن فقدت الاتصال بهم	١٠٤	٣٤,٧	١١٨	٣٩,٣	٧٨	٢٦	٢,٠٩	أحيانا
وفرت لي أصدقاء بالعالم الافتراضي لم أجده بالعالم الواقعي	١٩٧	٦٥,٧	٥٥	١٨,٣	٤٨	١٦	٢,٤٩	دائما
عززت مكانتي الاجتماعية	١٧٣	٥٧,٧	٨٥	٢٨,٣	٤٢	١٤	٢,٤٤	دائما

يتضح من الجدول السابق : أن طلاب الجامعة أفراد العينة قد اكتسبوا الكثير من الإشباعات المتحققة لهم من توتير وذلك لزيادة معلومات وعيهم البيئي الذي يعيشون فيه وهذه الإشباعات جميعها قد تحققت وذلك بوقوعها ما بين (دائما – أحيانا) بمعنى أن هناك بالفعل إشباعات متحققة من قبل توتير لطلاب الجامعة أفراد العينة، وذلك بناء على اتجاهاتهم الإيجابية بـــ(دائما وأحيانا) والإشباعات هي على التوالي : الإشباعات إعلامية، إشباعات معرفية، إشباعات اجتماعية، إشباعات شبه اجتماعية، إشباعات المشاركة بالرأي، إشباعات التسلية، إشباعات مراقبة البيئة .

٢٥- مدى الثقة في المضامين البيئية التي يقدمها توتير:

جدول (٢٥)

يوضح مدى الثقة في المضامين البيئية التي يقدمها توتير

مدى الثقة في المضامين البيئية التي يقدمها توتير	الإجمالي	
	ك	%
نعم بشكل تام ومطلق	٣٥	١١,٧
أحيانا لكن بحسب طبيعة المحتوى	٢١٠	٧٠
لا أثق فيما يقدمه	٥٥	١٨,٣
جملة	٣٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ١١,٧% من أفراد العينة يثقون في المضامين البيئية التي يقدمها توتير بشكل تام ومطلق، ونسبة ٧٠% منهم يثقون فيها أحيانا لكن بحسب طبيعة المحتوى، ونسبة ١٨,٣% منهم لا يثقون فيها، والمحصلة النهائية أن أفراد العينة يثقون في توتير في تقديمه للمضامين الإخبارية البيئية المختلفة .

٢٦- ماذا تنوى مستقبلا في مجال الوعي البيئي:

جدول (٢٦)

يوضح ماذا تنوى مستقبلا في مجال الوعي البيئي

ماذا تنوى مستقبلا في مجال الوعي البيئي	الإجمالي	
	ك	%
التوسع في استخدام توتير	٢٦٥	٨٨,٣
الإنقاص من استخدام توتير	٣١	١٠,٣
التوقف عن استخدام توتير	٤	١,٣
جملة	٣٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق : أن نسبة ٨٨,٣% من أفراد العينة ينون مستقبلا التوسع في استخدام توتير في المجال البيئي، ونسبة ١٠,٣% منهم ينون الإنقاص من استخدام توتير في المجال البيئي، ونسبة ١,٣% منهم ينون التوقف عن استخدام توتير، أي أن نسبة الثقة في وسيلة توتير عالية وأن أفراد العينة في المستقبل لا يحبذون ولا يتعاملون إلا مع توتير .

فروض الدراسة :

الفرض الأول توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (توتير) ومدى الإشباعات المتحققة في زيادة الوعي البيئي لديهم.

جدول (٢٧)

يوضح العلاقة بين استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (توتير) ومدى الإشباعات المتحققة في زيادة الوعي البيئي لديهم

المتغير	استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (توتير)			
	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
إشباعات إعلامية	٠,٥٥١**	طردي	متوسط	٠,٠١
إشباعات المشاركة بالرأي	٠,٣٦٥**	طردي	متوسط	٠,٠١
إشباعات مراقبة البيئة	٠,٤١٢**	طردي	متوسط	٠,٠١
إشباعات التسلية	٠.**	طردي	متوسط	٠,٠١
إشباعات اجتماعية	٠,٥٦٩**	طردي	متوسط	٠,٠١
إشباعات معرفية	٠,٤٥٢**	طردي	متوسط	٠,٠١
إشباعات شبه اجتماعية	٠,٥٤٢**	طردي	متوسط	٠,٠١
الإشباعات كدرجة كلية	٠,٥٣٤**	طردي	متوسط	٠,٠١

يتضح من الجدول السابق : وجود علاقة طردية متوسطة بين استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد(توتير) و الإشباعات التالية : الإشباعات إعلامية، الإشباعات المعرفية، الإشباعات اجتماعية، الإشباعات شبه اجتماعية، الإشباعات المشاركة بالرأي، الإشباعات التسلية، الإشباعات مراقبة البيئة، المتحققة في زيادة الوعي البيئي لديهم، حيث كانت (٠,٣<ر<٠,٦) وهي دالة عند مستوى ٠,٠١.

الفرض الثاني : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (توتير) وبين متغيرات السن والجنس

٢٨(أ) الفروق بين الجنسين(ذكور- إناث) في استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (توتير)

جدول ٢٩(أ)

يوضح قيمة كا٢ لدلالة الفروق بين الجنسين في استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد(توتير)

النوع / الاستخدام	ذكور		إناث		كا٢	الدلالة د ح١
	ك	%	ك	%		
دائما	١٢٤	٨٥١,٧	١٢٣	٨٢	٠,٠٢٣	٠,٨٨٠ غير دالة
أحيانا	٢٦	١٧,٣	٢٧	١٨		
جملة	١٥٠	١٠٠	١٥٠	١٠٠		

يتضح من الجدول السابق : عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد(توتير)، حيث كانت قيم كا٢ غير دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٥.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة **أمجد جمعة٢٠١٣**(٤٢) واختلفت مع دراسة**Abdulkrim، Ziani**و**آخرون إبريل**(٢٠١٥)(٤٣) حيث تبين وجود فروق بين الجنسين في استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي.

٢٨(ب)- الفروق بين الفئات العمرية في استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (توتير):

جدول (٢٩) (ب)

يوضح قيمة كا٢ لدلالة الفروق بين الفئات العمرية في استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (توتير)

السن / الاستخدام	١٨ عام		١٩ عام		٢٠عام		٢١ عام		كا٢	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		د ح ٣
دائما	٦٢	٨٢,٧	٦٢	٨٢,٧	٦٢	٨٢,٧	٦١	٨١٣	٠,٠٦٩	٠,٩٩٥ غير دالة
أحيانا	١٣	١٧,٣	١٣	١٧,٣	١٣	١٧,٣	١٤	١٨,٧		
جملة	٧٥	١٠٠	٧٥	١٠٠	٧٥	١٠٠	٧٥	١٠٠		

يتضح من الجدول السابق : عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية التالية (١٨-١٩-٢٠-٢١) في استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد(توتير)، وذلك بالنسبة لكليتي التربية والآداب والطب حيث كانت قيم كا٢ غير دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٥.

تختلف هذه النتيجة مع دراسة**Abdulkrim، Ziani وآخرون إبريل**(٢٠١٥) (٤٤) حيث تبين وجود فروق في الأعمار المختلفة بالنسبة لاستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي.

الفرض الثالث/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإشباعات التي يحققها توتير وبين زيادة معلومات طلاب الجامعة للوعي البيئي لديهم

جدول (٢٩)

يوضح العلاقة بين الإشباعات التي يحققها توتير وبين زيادة معلومات طلاب الجامعة للوعي البيئي لديهم

المتغير	زيادة معلومات طلاب الجامعة للوعي البيئي لديهم			
	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
إشباعات إعلامية	٠,٣٨١**	طردي	متوسطة	٠,٠١
إشباعات المشاركة بالرأي	٠,٣٢٥**	طردي	متوسطة	٠,٠١
إشباعات مراقبة البيئة	٠,٣٦٦**	طردي	متوسطة	٠,٠١
إشباعات التسلية	٠,٤١٠**	طردي	متوسطة	٠,٠١
إشباعات اجتماعية	٠,٣٦٤**	طردي	متوسطة	٠,٠١
إشباعات معرفية	٠,٤١٥**	طردي	متوسطة	٠,٠١
إشباعات شبه اجتماعية	٠,٣٠٥**	طردي	متوسطة	٠,٠١
الإشباعات كدرجة كلية	٠,٣٩٨**	طردي	متوسطة	٠,٠١

يتضح من الجدول السابق : وجود علاقة طردية متوسطة بين زيادة معلومات طلاب الجامعة للوعي البيئي لديهم و الإشباعات التالية : الإشباعات إعلامية، الإشباعات المعرفية، الإشباعات اجتماعية، الإشباعات شبه اجتماعية، الإشباعات المشاركة بالرأي، الإشباعات التسلية، الإشباعات مراقبة البيئة، المتحققة في زيادة الوعي البيئي لديهم، حيث كانت (٠,٣<ر<٠,٦) وهي دالة عند مستوى ٠,٠١.

الفرض الرابع / توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام طلاب الجامعة لتوتير ودرجة الثقة في المضامين البيئية التي تقدمها هذه الوسيلة

جدول (٣٠)

يوضح العلاقة بين الإشباعات التي يحققها توتير وبين زيادة معلومات طلاب الجامعة للوعي البيئي لديهم

المتغير	استخدام طلاب الجامعة لتوتير			
	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
ودرجة الثقة في المضامين البيئية التي تقدمها هذه الوسيلة	٠,٦١٩**	طردي	قوية	٠,٠١

يتضح من الجدول السابق : وجود علاقة طردية قوية بين استخدام طلاب الجامعة لتوتير ودرجة الثقة في المضامين البيئية التي تقدمها هذه الوسيلة، حيث كانت (ر<٠,٦) وهي دالة عند مستوى ٠,٠١.

*** ***

خاتمة الدراسة وتوصياتها :

١- بينت نتائج الدراسة أن نسبة من أفراد العينة يستخدمون الانترنت دائما، ونسبة أخرى منهم يستخدمونها أحيانا، أي أن أفراد العينة جميعا يستخدمون الانترنت ما بين (دائما) و(أحيانا) .

٢- يتضح من نتائج الدراسة أن بعض أفراد العينة يستخدمون(دائما) وسائل الإعلام الجديد المتمثل في وسائل التواصل الاجتماعي،

ومنهم من يستخدمونها (أحيانا)، وهذا يدل على أن جميع أفراد العينة دون استثناء يستخدمون وسائل الإعلام الجديد .

٣- يتضح من نتائج الدراسة أن ترتيب وسائل الإعلام الجديد حسب درجة استخدامها هي : تونير في الترتيب الأول، ثم اليوتيوب في الترتيب الثاني، ثم الفيس بوك في الترتيب الثالث.

٤- تبين نتائج الدراسة أن نسبة من أفراد العينة يستخدمون دائما وسيلة الإعلام الجديد (تونير)، ونسبة أخرى منهم يستخدمونها أحيانا، أي أن جميع أفراد العينة يستخدمون وسيلة تونير نظرا لأن الباحث اختار عينة عمدية ممن يشاهدون وسائل الإعلام الجديد.

٥- يتضح من نتائج الدراسة أن نسبة كبيرة ٩٠% من أفراد العينة يختارون وسيلة تونير لانتشاره الواسع بين الشباب محققا الترتيب الأول ونسبة٧٠,٣%منهم يختارون تونير لأنه يستهويهم ويحقق رغباتهم محرزا الترتيب الثاني، ونسبة ٥١,٧% ثالثة منهم اختاروه لسهولة الاستخدام في الترتيب الثالث، ونسبة ٤٠,٣% رابعة منهم اختاروه لصدق معلوماته في الترتيب الرابع.

٦- تبين النتائج أن نسبة ٤٣,٣% من أفراد العينة يقضون من ساعة إلى ساعتين في استخدام وسيلة تونير، ونسبة ٤٠% منهم يقضون من ساعتين إلى خمس ساعات، ونسبة ١٠% منهم يقضون من خمس إلى سبع ساعات.

٧- يتضح من نتائج الدراسة أن نسبة ٨٨,٣% من أفراد العينة تستهويهم الموضوعات العامة عبر وسيلة تونير، ونسبة ٨٦% منهم تستهويهم الموضوعات الرياضية، ونسبة ٨١,٣% منهم

تستهويهم الموضوعات الاجتماعية، ونسبة ٧٢% منهم تستهويهم الموضوعات العلمية، أما الموضوعات البيئية فتأتى في الترتيب السابع لأن اهتمامات معظم الشباب ليست بيئية.

٨- تشير نتائج الدراسة أن نسبة ٨٥,٦% من أفراد العينة يساهمون بنشر الأخبار في توتير، ونسبة ٧٨,١% منهم يساهمون بنشر فيديوهات، ونسبة ٦٨% منهم يساهمون بنشر صور، ونسبة ٤٥,٣% منهم يساهمون بنشر تعليقات.

٩- تؤكد نتائج الدراسة أن نسبة ١٨,٧% من أفراد العينة يرون أن توتير يساهم دائما في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة، ونسبة ٧٣,٣% منهم يرون أنه يساهم (أحيانا)، ونسبة ٨% منهم يرون أن وسيلة توتير لا تساهم في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة.

١٠- تبين نتائج الدراسة أن نسبة ١,٤% من أفراد العينة يرون أن مساهمة توتير في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة تكون كبيرة، ونسبة ٧١,٧% منهم يرون أنها مساهمة متوسطة، ونسبة ٢٥% منهم يرون أن مساهمته مقبولة، ونسبة ١,٨% منهم يرون أنها مساهمة ضعيفة.

١١- تشير نتائج الدراسة أن الإشباعات الإعلامية تأخذ الترتيب الأول في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة أفراد العينة الذين يستخدمون توتير، ثم تأتى الإشباعات المعرفية في الترتيب الثاني، والترتيب الثالث يكون من نصيب الإشباعات الاجتماعية، أما الرابع والخامس فيكون من نصيب الإشباعات شبه الاجتماعية و اشباعات

المشاركة بالرأي على التوالي، وتأتى إشباعات مراقبة البيئة في الترتيب الأخير لأن اهتمامات معظم الشباب ليست بيئية .

١٢- تؤكد نتائج الدراسة أن طلاب الجامعة أفراد العينة قد اكتسبوا الكثير من الإشباعات المتحققة لهم من توتير وذلك لزيادة معلومات وعيهم البيئي الذي يعيشون فيه، وهذه الإشباعات جميعها قد تحققت وذلك بوقوعها ما بين (دائما – أحيانا) والإشباعات هي على التوالي : الإشباعات إعلامية، إشباعات معرفية، إشباعات اجتماعية، إشباعات شبه اجتماعية، إشباعات المشاركة بالرأي، إشباعات التسلية، إشباعات مراقبة البيئة .

١٣- تبين من نتائج الدراسة أن نسبة ١١,٧% من أفراد العينة يثقون في المضامين البيئية التي يقدمها توتير بشكل تام ومطلق، ونسبة ٧٠% منهم يثقون فيها أحيانا لكن بحسب طبيعة المحتوى، ونسبة ١٨,٣% منهم لا يثقون فيها .

١٤- تؤكد نتائج الدراسة على وجود علاقة طردية متوسطة بين استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (توتير) والاشباعات التالية : الإشباعات إعلامية، الإشباعات المعرفية، الإشباعات اجتماعية، الإشباعات شبه اجتماعية، الإشباعات المشاركة بالرأي، الإشباعات التسلية، الإشباعات مراقبة البيئة، المتحققة في زيادة الوعي البيئي لديهم.

١٥- تشير نتائج الدراسة في عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد(توتير).

١٦- يتضح من نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية التالية (١٨-١٩-٢٠-٢١) في استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد(توتير)، وذلك بالنسبة لكليتي التربية والآداب والطب.

١٧- تشير نتائج الدراسة وجود علاقة طردية متوسطة بين زيادة معلومات طلاب الجامعة للوعي البيئي لديهم و الإشباعات التالية : الإشباعات إعلامية، الإشباعات المعرفية، الإشباعات اجتماعية، الإشباعات شبه اجتماعية، الإشباعات المشاركة بالرأي، الإشباعات التسلية، الإشباعات مراقبة البيئة، المتحققة في زيادة الوعي البيئي لديهم.

توصيات الدراسة :

في ضوء النتائج السابقة، تقترح الدراسة التوصيات التالية :

١- يجب على القائمين على وسيلة توتير تشجيع مستخدميها ولفت نظرهم من آن لآخر لنشر كل ما يخص البيئة ومردودها على الإنسان بحيث يكون هناك وعى بيئي لديهم، خاصة كل من يستخدم الأخبار والتعليقات والصور والفيديوهات الخاصة بالبيئة، حيث أكدت نتائج الدراسة أن نسبة ٨٥,٦% من أفراد العينة يساهمون بنشر الأخبار البيئية في توتير، ونسبة ٧٨,١% منهم يساهمون بنشر فيديوهات، ونسبة ٦٨% منهم يساهمون بنشر صور، ونسبة ٤٥,٣% منهم يساهمون بنشر تعليقات، حتى يكون هناك إلمام ووعى بالبيئة وبالتالي تتحقق التنمية والرفاهية للجنس البشرى.

٢- إقامة ندوات ومحاضرات ودورات نظرية وعملية في الجامعات المختلفة وفي مؤسسات المجتمع المدني الحكومية والخاصة، تكون مخصصة للتعريف بالبيئة وخطورتها على الإنسان، وكيف يكون لدى الطالب الجامعي وعى بيئي ببيئته التي يعيش فيها.

٣- تشجيع الطلاب من قبل القائمين على أمر الجامعات المختلفة من أعضاء هيئة تدريس وإدارات مختلفة على نشر الوعي البيئي من خلال وسائل الإعلام الجديد التي يحبونها خاصة تونير والذي حصل على المركز الأول في هذه الدراسة في استخدامات الشباب له، وذلك بنشر المعلومة والتعليق عليها والمساهمة الحقيقية في إثراء الوعي البيئي المفقود بين الشباب، مما يكون له أكبر الأثر في زيادة معلومات الوعي البيئي عند بعض الشباب

*** ***

الـهوامش

(1) جين كينينمونت، إلى أي مدى يحدث توتير تحولات في المجتمعات الخليجية ؟ المركز الإقليمي للدراسات الإستراتيجية، القاهرة، ٢٠١٢/١٢/٢٢ :

http://www.rcssmideast.org/article/345 VGONZTSsU64#

(2) يوسف المطيري(توتير) عبر عن رأيك دون توتير، بريق الدانة:
http://www.danakw.com/AXCMSweblive/shababdetails.com?articaled=1754

(3) نوف الراجحي، تاء التأنيث، الرياض، العدد ١٦٦٩٦، الثلاثاء ١٠ جمادى الأولى ١٤٣٥ – ١١ مارس ٢٠١٤م :

http://www.alriyadh.com/2014/03/11/artical

(4) http://aitnews.com/2013/11/16).

(5) http://fac/ksu.edu.sa/shalsaif/pages/.

(6) http://ar.wikipedia.org/wkik

(٧) محمد البهلال، في مسح اليكتروني حول استخدام الشبكات الاجتماعية في، السعوديون يفضلون توتير على بقية شبكات التواصل الاجتماعي، العدد ١٦٠١٢، الخميس ٥ جمادى الآخرة ١٤٣٣– ٢٦ إبريل ٢٠١٢ م :

http://www/alriyadh.com/com/2012/04/26.article730585.html

(8) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، الطبعة الأولى، (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية١٩٩٨م)، ص٢٤٠ .

(9) Samuel Ebersole (2000), Uses and Gratification of the Web Among Students, retrieved from http: //goo.gl/ 7axiym, vowed Mar. 20th. 2013.

(١٠) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، ، **مرجع سابق**، ص ٢٤٦-٢٤٧.

(11)عبد الله الوزان (سبتمبر ٢٠١٥) . مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي السعودي، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط بالقاهرة**، ط١، العدد السابع، ص ١٨٨.

(١٢) Abdulkrim, Ziani & Mohamad, Qudah & Abdalaziz, Aldaihani, (April 2015), "Uses and Gratifications Realized for the Libyan and Bahraini youth through". Facebook", **INTERNATIONAL JOURNAL OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCE**, vol.5.NO.4(1),P43.

(13) محمد السويد . استخدامات الشباب السعودي لموقع التواصل الاجتماعي (تويتر) وتأثيرها على درجة علاقتهم بوسائل الإعلام التقليدية، دراسة ميدانية، (جامعة الإمام محمد بن سعود

الإسلامية ، كلية الإعلام والاتصال ، ١٤٣٦ -٢٠١٥ م)، ص٥٥ .

(١٤) سلوى بنت محمد الفاضل . أبعاد استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي، دراسة ميدانية، (**رسالة تكميلية للماجستير**، قسم الدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، (١٤٣٤ – ٢٠١٣م)، ص٢٢٦ .

(١٥) ناهس بن خالد العضيانى . استخدامات الشبكات الاجتماعية لدى طلاب وطالبات المرحلة الثانوية بمدينة الرياض والاشباعات المتحققة منها (**رسالة تكميلية للماجستير**، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، ١٤٣٤– ٢٠١٣م) ص٢٣٥ .

(16) k.johnston et al. use perception andattitude of university studentes towards facebook and twitter. **Electronic journal of information Systems Evaluation** 2013. Vol.16 (3), pp200–210. ،

(17) عبد الصادق حسن . تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماع يعبر الانترنت وعلاقته بوسائل الاتصال التقليدية، مجلس التعاون لدول الخليج العربية، الأمانة العامة، قطاع الشؤون الثقافية والإعلامية، سلسلة مجلس التعاون(١)، ١٤٣٤– / ٢٠١٣م، ص ١٥٤.

(18) B.Ezumah.College Students’ Use of Social Media :Site Preferences, Uses and Gratifications

Theory Revisited. **International Journal of Business and Social Science** 2013. Vol. 4 (5), pp 27 – 34.

(19) أحمد المنصوري . عادات استهلاك التواصل الاجتماعي في دولة الإمارات، **رسالة دكتوراه،** قسم الاتصال الجماهيري، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الإمارات، مركز المزماة للدراسات والبحوث، ٢٠١٢، ص٢٩٧ .

(٢٠) آلاء بنت سعود إبراهيم الزومان، تعرض الشباب السعودي للشبكات الاجتماعية، دراسة وصفية ميدانية على عينة من الطلاب والطالبات الجامعيين في مدينة الرياض، **ورقة مقدمة في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للأعلام والاتصال** "الإعلام الجديد.. التحديات النظرية والتطبيقية"، جامعة الملك سعود، الرياض، ٢٣-٢٤ جمادى الأولى ١٤٣٣ه – الموافق ١٥-٦ أبريل ٢٠١٢م، ص٢٨٢ .

(21) H. Bicen & N. Cavus. Twitter usage habits of undergraduate students. Procedia – Social and Behavioural Sciences 2012. Vol. 46, pp 335 – 339.

(22) كيحل فتيحة . الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، دراسة ميدانية، **رسالة ماجستير غير منشورة،** (قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة لخضر – باتنه، ٢٠١١-٢٠١٢ م)، ص ١٥٩.

(٢٣) على بن سعيد الأحمري. أغراض استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي، دراسة ميدانية، **رسالة ماجستير**، (قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٤٣٤ – ١٤٣٢ه)، ص ٢٢٢

(٢٤) د . صالح بن على أبو عرّاد، مدير مركز البحوث التربوية بكلية المعلمين بأبها- المملكة العربية السعودية على موقع

https://saaid.net/Doat/arrad/65.htm

(٢٥) رباب رأفت الجمال. أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي، **كرسي الأمير نايف بن عبد العزيز للقيم الأخلاقية**، جامعة الملك عبد العزيز، كلية الاتصال والإعلام، ٢٠١٣، ص١١

(٢٦) عبد الله الوزان سبتمبر٢٠١٥، **مرجع سابق**، ص١٥

(٢٧) تغريد محمد المالكي. دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأكيد على بعض قيم الحوار لدى طالبات جامعة الملك سعود، **رسالة تكميلية للماجستير**، قسم السياسات التربوية، كلية التربية، جامعة الملك سعود، ١٤٣٣-٢٠١٢م، ص ٩٥.

(٢٨) ناهس العضيانى ٢٠١٣م، **مرجع سابق**، ص٥٧ .

(٢٩) على بن سعيد الأحمري ٢٠١١م، **مرجع سابق**، ص٢٩٠.

(٣٠) آلاء بنت سعود إبراهيم الزومان٢٠١٢م، **مرجع سابق**، ص٢٨٩.

(٣١) كيحل فتيحة ٢٠١٢ م، **مرجع سابق**، ص١٦٣.

(٣٢) محمد السويد مارس ٢٠١٥م، **مرجع سابق،** ص ٥٨.

(٣٣) أحمد المنصورى٢٠١٢ م، **مرجع سابق،** ص ٣٠٧.

(٣٤) على بن سعيد الأحمري ١٤٣٤ه ، **مرجع سابق،** ص ٢٢٨.

(٣٥) كيحل فتيحة ٢٠١٢ م، **مرجع سابق،** ص١٧١.

(٣٦) سلوى بنت محمد الفاضل٢٠١٣م، **مرجع سابق، ص٢٣٣ .**

(٣٧) نعيم المصري . استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام الأخرى، **مؤتمر الإعلام والتحولات المجتمعية،** (أربد : جامعة اليرموك، كلية الإعلام، ٢٠١١) ص ٢٠.

(٣٨) كيحل فتيحة ٢٠١٢ م، **مرجع سابق،** ص١٧٧.

(39) Sheedy, C. (2011) Social Media for Social Change : ACase Study of Social MediaUse in the 2011 EGYPTIAN REVOLUTION. RETRIEVED from http:// goo.gl/TGQAD9. Viewed August 5th 2011.

(٤٠) سلوى بنت محمد الفاضل٢٠١٣م، **مرجع سابق، ص٢٣٧ .**

(٤١) كيحل فتيحة ٢٠١٢ م، **مرجع سابق،** ص١٦٨.

(٤٢) أمجد جمعة . دوافع استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية بمحافظات غزة، **مؤتمر طلبة الجامعات الواقع والآمال،** (غزة

: الجامعة الإسلامية، عمادة شؤون الطلبة، ١٢-١٣ فبراير ٢٠١٣، ص١٩٨.

43-Abdulkrim, Ziani & Mohamad, Qudah & Abdalaziz, Aldaihani, (April 2015) , op.cit, vol.5.NO.4(1), P٤٧.

44-Abdulkrim , Ziani & Mohamad, Qudah & Abdalaziz, Aldaihani, (April 2015) ,op.cit,

()()() ()()()

الفهرس